



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

간호학석사 학위논문

방한 중국 의료소비자의
한국 의료서비스 정보탐색
- 미용성형 의료관광 소비자를 중심으로 -

2017년 7월

서울대학교 대학원
간호학과 간호학 전공
이 경 순

방한 중국 의료소비자의 한국 의료서비스 정보탐색

- 미용성형 의료관광 소비자를 중심으로 -

지도교수 김 정 은

이 논문을 간호학석사 학위논문으로 제출함
2017년 7월

서울대학교 대학원
간호학과 간호학 전공
이 경 순

이경순의 석사 학위논문을 인준함
2017년 7월

위 원 장

박 현애 (인)

부위원장

김 지현 (인)

위 원

(인)

국문초록

한류와 한국의료에 대한 이미지 제고로 외국인 환자의 의료서비스 수요와 소비가 지속적으로 증가하고 있는 가운데 한국 성형외과를 찾는 중국인 환자가 큰 폭으로 증가하고 있다. 본 연구는 미용성형 의료서비스를 받기 위해 한국을 방문한 중국 의료소비자의 정보탐색 과정을 알아보기 위해 진행되었다.

본 연구에서는 Johnson의 정보탐색 모형과 문헌고찰을 토대로 수정·보완한 설문지를 사용하였다. 자료는 2017년 3월 23일부터 5월 19일까지 서울시 소재의 3개 성형외과 의원을 방문한 중국 의료소비자 158명을 대상으로 수집하였으며 SPSS를 이용하여 분석하였다.

중국 의료소비자들이 사용한 11개 정보원 중 ‘가족, 친구, 지인’이 가장 많았고, ‘의료기관 홈페이지’, ‘의료관광 포털사이트’, ‘관련 스마트폰 앱’, ‘SNS’ 등 순으로 나타났으며, 1인당 평균 2.8개의 정보원을 사용하였다. 그 중에서 7개의 정보원은 각각의 유용성과 사용 정도가 유의한 양의 상관관계를 보였다.

중국 의료소비자들이 탐색한 9개 정보 중 ‘치료비용’이 가장 많았고, ‘의료기관 명성’, ‘실제 사례/후기’, ‘수술, 치료과정’, ‘진료항목’, ‘사전, 사후 관리서비스’, ‘의사의 경력’, ‘진료 의사소통’ 등 순으로 나타났으며, 1인당 평균 3.99개의 정보를 탐색하였다. 그 중에서 8개 정보의 각각의 질과 이해도는 유의한 양의 상관관계를 보였고, 7개 정보의 각각의 질과 이해도는 유용성과 유의한 양의 상관관계를 보였으며, 7개 정보의 각각의 유용성과 탐색 정도는 유의한 양의 상관관계를 보였다.

정보원별로 탐색한 정보를 살펴본 결과, 모든 정보원으로부터 ‘치료비용’과 ‘의료기관 명성’ 정보를 탐색하였고, ‘TV, Radio’ 사용 시 ‘의료기관

명성' 정보를, '여행사 및 유치업체' 사용 시 '실제 사례/후기'와 '의사의 경력' 정보를, '기내지 및 공항광고'를 사용한 경우 '사전, 사후 관리서비스' 정보를 가장 많이 탐색한 것으로 나타났다. '신문, 잡지'를 사용한 경우 '치료비용'뿐만 아니라, '의료기관 명성' 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다.

정보별로 사용한 정보원을 살펴본 결과, 대부분 정보탐색 시 '가족, 친구, 지인', '의료기관 홈페이지', '관련 스마트폰 앱', '의료관광 포털사이트'를 많이 사용한 것으로 나타났다. 하지만 그 중에서 '의료사고 및 분쟁'에 대해서는 '의료관광 포털사이트'의 사용도가 가장 낮았다.

탐색 비중이 높은 '치료비용', '의료기관 명성', '실제 사례/후기' 정보에 대해 사용한 정보원의 유용성 및 사용 정도와 전반적인 정보원의 사용현황을 비교해본 결과, 일부 정보원에서 전반적인 정보원의 유용성 및 사용 정도보다 점수가 높은 것으로 나타났다. 이는 해당 정보제공 시 이와 같은 정보원을 활용하는 것이 더 효과적임을 의미한다.

사용 비중이 높은 '가족, 친구, 지인', '의료기관 홈페이지', '의료관광 포털사이트' 정보원으로부터 탐색한 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도와 전반적인 정보탐색 현황을 비교해본 결과, 일부 정보는 전반적인 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도보다 점수가 높은 것으로 나타났다. 이는 해당 정보원을 통하여 정보제공 시 이와 같은 정보를 제공하는 것이 더 효과적임을 의미한다.

본 연구의 결과는 추후 중국 미용성형 의료관광 소비자에게 유용한 정보원과 좋은 정보를 제공할 수 있도록 방향을 설정하는데 참고가 될 수 있을 것으로 사료된다.

주요어 : 정보, 정보원, 정보탐색, 미용성형, 의료관광

학 번 : 2009-23859

목 차

I . 서론	1
1. 연구배경 및 필요성	1
2. 연구 목적	4
II . 문헌고찰	5
1. 의료서비스 정보탐색	5
2. 정보탐색 선행요인	8
3. 정보전달자 요인	9
4. 정보탐색 행위	11
III . 연구방법	12
1. 연구의 틀	12
2. 용어정의	13
1) 과거 경험(Experience)	13
2) 중요성 (Salience)	13
3) 신념 (Beliefs)	13
4) 정보의 특성(Characteristic)	14
5) 정보의 유용성(Utility)	14
6) 정보탐색 행위(Action)	14
3. 조사대상 및 자료수집	15
4. 설문지 구성	16
5. 자료처리 및 분석방법	18
1) 신뢰도 분석	18

IV. 연구결과	20
1. 대상자의 일반적 특성	20
2. 정보원 사용	26
3. 정보탐색	32
4. 정보원별 탐색한 정보	42
5. 정보별 사용한 정보원	46
6. 정보에 따른 정보원의 유용성 및 사용 정도 비교	49
7. 정보원에 따른 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도 비교	55
8. 정보탐색 과정 중 불편사항 및 개선점	62
9. 의료서비스 관련 불편사항 및 개선점	63
V. 논의	64
VI. 결론 및 제언	67
참고문헌	69
부록	73
Abstract	96

표 목 차

표 1. 설문문항 구성	17
표 2. 신뢰도 분석	19
표 3. 인구통계학적 특성	21
표 4. 한국 및 다른 해외 국가 방문 경험	22
표 5. 성형외과 방문 목적	23
표 6. 해외 의료서비스 경험	23
표 7. 한국에서의 미용성형 경험	24
표 8. 평소 본인 및 주변 사람의 미용성형 경험	24
표 9. 미용성형 관련 신념	25
표 10. 지각된 위험	25
표 11. 정보원의 유용성, 사용 정도 및 상관관계	28
표 12. 정보원 사용 현황	31
표 13. 정보의 질, 이해도, 유용성, 탐색 정도 및 정보의 질과 이해도의 상관관계	34
표 14. 정보의 질, 이해도와 정보의 유용성의 상관관계	36
표 15. 정보의 질, 이해도, 유용성과 정보탐색 정도의 상관관계	38
표 16. 정보탐색 현황	41
표 17. 정보원에 따른 정보의 종류	45
표 18. 정보에 따른 정보원의 종류	48
표 19. ‘치료비용’에 대한 정보원과 전반적인 정보원의 유용성 및 사용 정도 비교	50
표 20. ‘의료기관 명성’에 대한 정보원과 전반적인 정보원의 유용성 및 사용 정도 비교	52

표 21. ‘실제 사례/후기’에 대한 정보원과	
전반적인 정보원의 유용성 및 사용 정도 비교	54
표 22. ‘가족, 친구, 지인’을 통한 정보와 전반적인 정보의	
질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도 비교	57
표 23. ‘의료기관 홈페이지’ 정보와 전반적인 정보의	
질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도 비교	59
표 24. ‘의료관광 포털사이트’ 정보와 전반적인 정보의	
질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도 비교	61

그 립 목 차

그림 1. General overview of information seeking in the context of health	6
그림 2. A comprehensive model of information seeking	7
그림 3. Research frame	12

부 록 목 차

[부록 1] 서울대학교 생명윤리위원회(IRB) 심의결과 통보서	73
[부록 2] 연구참여 동의서(국문, 중국어)	74
[부록 3] 설문지(국문, 중국어)	81

I. 서론

1. 연구배경 및 필요성

2015년 한국보건산업진흥원의 통계자료에 따르면 2013년 한국을 방문한 외국인 환자는 전년대비 32.5% 증가하였고, 2009년 이후 연평균 36.9% 증가하는 추세이며, 2013년 중국인 환자는 전년대비 72.5% 성장한 만큼 한국 의료서비스의 주요 소비자로 자리매김 하고 있다(한국보건산업진흥원, 2015). 한국의 의료서비스산업은 우수한 인력, 인프라와 선진국 수준의 진료시스템을 보유하고 있고, 의료서비스산업의 국제 경쟁력이 인정받음에 따라 외국인 환자의 의료서비스 수요와 소비가 지속적으로 증가하고 있다(대한상공회의소, 2013). 또한, 한류와 한국의료에 대한 이미지 제고로 한국을 찾는 외국인 환자가 전반적으로 증가하고 있으며, 그 중에서 중국인 환자가 큰 폭으로 증가하고 있다(보건복지부, 2015). 2009년 의료법 개정예 따라 외국인 환자 유치 및 알선이 허용되면서 한국 의료기관은 외국인 환자 유치사업을 적극적으로 추진하고 있다(한국보건산업진흥원 외국인 환자유치 정보시스템). 이런 사업의 일환으로 의료산업에서는 의료서비스와 문화관광을 결합한 의료관광 산업이 급속도로 발전하고 있다.

외국인 환자 유입 현황을 살펴보면 중동이나 미국은 정부 간 협약에 의하여 한국의료를 선택하는 비중이 상당히 큰 반면에 중국, 러시아, 일본 등 나라는 자가 선택에 의하여 한국의료서비스를 선택하는 비중이 상대적으로 큰 것으로 나타났다(한국보건산업진흥원, 2013; 홍영주, 2016).

2016년 외국인 환자 유치실적 조사결과에 따르면, 미국, 러시아, 카자흐스탄, 몽골, 아랍에미리트 환자들은 내과 서비스를 가장 많이 이용한 반면에 일본인은 피부과 서비스를, 중국인은 성형외과 서비스를 가장 많이 이용하였다(한국보건산업진흥원, 2016).

의료서비스를 이용하려는 의료소비자들은 자신에게 가장 적합한 의료기관과 서비스를 찾기 위해서 여러 경로를 통하여 정보를 획득하고 최종 선택을 하게 된다. 따라서 의료관광 마케팅 시장은 다양한 형태로 정보를 제공하여 중국인 환자를 유치하고 있다. 예를 들면, 환자송출기구(온/오프라인 에이전시, 여행사), 미디어(방송, 일간지, 주간지 및 잡지, 온라인 매체), 현지 행사 등이 있다(한국보건산업진흥원, 2013). 2012년에 한국의료관광을 경험한 의료관광객을 대상으로 실시한 조사에 의하면 의료서비스에 대한 정보는 주변인의 추천이 57.6%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 인터넷을 통한 정보수집이 49.9%로 많은 비중을 차지하였다(한국관광공사, 2012). 온라인 매체는 광범위한 지역을 커버할 수 있고 많은 정보를 제공하고 상담이 가능하므로 중국인 환자 유치에 가장 효율적인 미디어이며 특히 젊은 층에 효과가 크다. 예를 들면, 검색엔진을 통한 키워드 광고, 포털사이트, 여행전문 사이트, SNS(블로그, 지식인, 모바일 메신저) 등이 있다(한국보건산업진흥원, 2013). 인터넷, 모바일 등 정보통신매체의 발달로 각국 간 의료비용과 서비스 품질을 손쉽게 비교할 수 있음에 따라 소비자의 능동적인 선택이 가능해졌고, 소비자는 자신들이 원하는 치료방법과 결과물에 대한 보다 자세한 정보를 얻을 수 있게 되었으며, 지역별·국가별로 비교하여 가격 및 서비스 품질 우위를 판단할 수 있게 되었다(문화체육관광부&한국관광공사, 2013).

아시아 의료관광 경험자를 대상으로 조사한 결과에 따르면, 경험자의 58.7%가 여행 전에 미리 의료서비스 이용을 계획하며 정보수집 시 의료

서비스에 관한 내용을 우선 고려한다(한국관광공사, 2008). 의료서비스를 목적으로 한국에 방문한 중국인 중 63%는 다른 기관이나 업체를 통하지 않고 직접 정보를 찾아 한국의료를 선택하였다. 이들은 한국의료 선택 시 의료기술을 가장 중요하게 여겼으며, 병원장비, 의료진, 외국어서비스 등도 중요하게 고려하는 것으로 나타났다(한국보건산업진흥원, 2013). 또한, 의료서비스의 품질, 여행 및 치료비용, 의료시설의 현대화, 진료상의 의사소통, 접근의 용이성, 사전/사후 관리서비스를 중요시하였다(강재정, & 오상훈, 2008).

의료서비스 정보는 의료소비자의 신체 및 생명 안전과 직결되고 해외에서 받게 될 의료서비스에 대해 신중한 결정을 내리는데 큰 영향을 미치는 중요한 요소로서 해외환자 유치를 위한 의료서비스 정보의 정확성과 신뢰성 및 그 전달 과정에 대한 구체적인 이해와 파악이 매우 중요하다. 2013년 외국인 환자 만족도 조사결과에 의하면 전반적인 의료서비스 만족도에 비해 정보 및 교육 서비스에 대한 만족도는 다소 낮았고, 이중 환자안전 정보제공에 대한 만족도가 가장 낮았으며, 정보 및 교육 서비스 영역의 최우선 개선이 요구되었다(한국보건산업진흥원, 2013).

Johnson의 정보탐색 모형에 따르면, 정보를 추구하도록 유발하는 선행요인, 즉 인구통계학적 요인, 직접 경험, 정보의 중요성, 신념이 선택되고 이용된 정보채널의 특성과 유용성에 따라 정보 추구 행동으로 이어진다고 하였다(Johnson & Meischke, 1993).

의료관광 선행연구를 살펴보면, 의료관광 동기와 만족도에 관한 연구(박호표, 2012; 적반반, & 홍경완, 2015), 의료관광 잠재고객의 의료관광 목적지 선택속성(강재정, & 오상훈, 2008), 각 나라별 잠재 의료소비자의 한국 의료기관 선택속성의 중요도 차이에 관한 연구(김동진, & 김현정, 2015; 김홍길, 2015), 중동환자들의 한국 재방문 의사결정 정보에 관한

연구(홍영주, 2016) 등이 진행되었다. 또한, 외국인 환자 유치등록 의료기관의 웹사이트 정보현황 분석 연구(최연희, 2011), 일부 국가의 의료관광사이트 비교 분석 연구(진기남, & 이은주, 2015) 등이 있었다. 이와 같이 의료관광 동기, 만족도, 선택의 중요도, 온라인 정보제공 및 해외환자의 정보이용에 대한 연구가 진행되었지만, 중국 의료소비자를 대상으로 실제로 어떻게 정보를 탐색하여 한국 의료서비스 사용을 결정하였는지에 대한 연구는 부족한 실정이다. 따라서 미용성형을 위해 한국을 방문하는 중국 의료소비자들의 정보탐색 과정을 이해함으로써 미용성형 관련 의료서비스 정보제공의 개선점을 모색할 필요가 있다.

2. 연구 목적

본 연구의 목적은 미용성형 의료서비스를 받기 위해 한국을 방문한 중국 의료소비자의 정보탐색 과정을 분석하는 것으로 구체적으로는,

- 1) 중국 의료소비자의 특성을 파악한다.
- 2) 정보탐색 과정에서 사용한 정보원과 탐색한 정보를 파악한다.
- 3) 사용한 정보원의 유용성, 사용 정도 및 상관관계를 분석한다.
- 4) 사용한 정보원별로 탐색한 정보를 파악한다.
- 5) 사용한 정보원에 따른 정보의 질, 이해도, 유용성, 탐색 정도와 전반적인 탐색 현황을 비교 분석한다.
- 6) 탐색한 정보의 질, 이해도, 유용성, 탐색 정도 및 상관관계를 분석한다.
- 7) 탐색한 정보별로 사용한 정보원을 파악한다.
- 8) 탐색한 정보에 따른 정보원의 유용성 및 사용 정도와 전반적인 사용 현황을 비교 분석한다.

II. 문헌고찰

본 장에서는 건강정보탐색에 관한 문헌, 의료관광 선택에 관한 문헌을 고찰하였고, 연구의 출발점과 유사하고 관련된 측정변수를 포함한 Johnson의 ‘A comprehensive model of information seeking’을 적용한 문헌을 고찰하였다.

1. 의료서비스 정보탐색

WHO의 정의에 따르면 의료서비스(Health services)는 질병의 진단 및 치료, 건강 증진, 유지 및 복원을 위한 모든 서비스를 포함한다. 앞서 언급한 바와 같이 현재 외국인 환자의 비중이 증가하고 정부 차원에서 외국인 환자 유치사업을 활발히 진행하고 있음에 따라 의료서비스는 여러 형태로 제공되고 있다.

해외 의료소비자 대상으로 제공되는 의료서비스는 최근 의료관광의 형태로 외국인 환자를 유치하고 있다. 의료관광은 개인이 자신의 거주지를 벗어나 다른 지방이나 외국으로 이동하여 현지의 의료기관이나 요양기관, 휴양기관 등을 통해 본인의 질병을 치료하거나 건강의 유지, 회복, 증진 등의 활동을 하는 것으로 본인의 건강 상태에 따라 현지에서의 요양, 관광, 쇼핑, 문화체험 등의 활동을 겸하는 것을 의미한다(위키백과).

의료소비자는 자신이 직면한 문제를 해결하기 위해 의사결정을 하기 전에 다양한 정보탐색 활동을 한다. 이에 정보탐색 관련 구성요소에 대

해 고찰하였다.

웹에서의 건강정보탐색에 관한 연구에서 사용한 방법과 변수에 관한 체계적 고찰 문헌에서는 다음과 같이 소인적 특성이 건강정보탐색 행위를 일으키고, 따라서 예측 가능한 결과로 이어진다고 하였다(Ashley, Amber, & Thomas, 2011)<그림 1>.

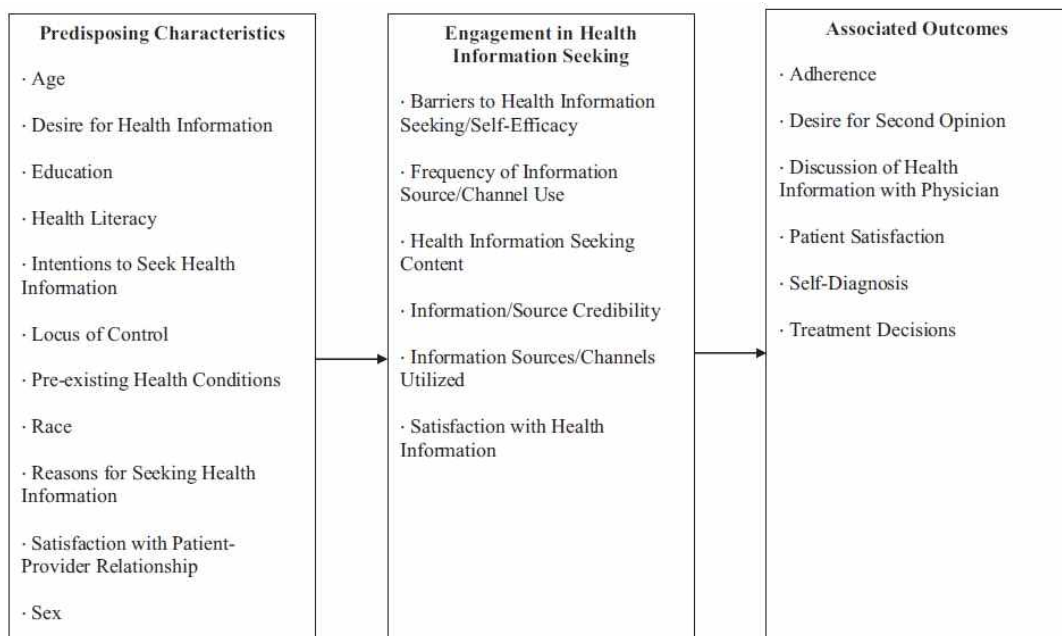


그림 1. General overview of information seeking in the context of health (Ashley E. Anker, Amber Marie Reinhart, Thomas Hugh Feeley, 2011)

건강정보탐색의 소인적 특성으로 나이, 건강정보 욕구, 교육수준, 건강정보 이해능력, 건강정보탐색 의도, 자기통제, 기존 건강 상태, 인종, 건강정보탐색 이유, 환자-돌봄자 관계에 대한 만족도, 성별 등을 제시하였다.

건강정보탐색 행위의 특성으로 건강정보탐색 장애 또는 자기효능감, 건강정보/채널 사용 빈도, 건강정보탐색 내용, 정보의 신뢰성, 정보/채널

의 활용, 정보에 대한 만족도 등을 제시하였다.

정보탐색 행위의 결과로 정보 순응, 이차 의사결정, 의사와의 건강정보 소통, 환자 만족도, 자가진단, 치료결정을 제시하였다.

건강 맥락에서 정보탐색의 흐름을 바탕으로 Johnson의 ‘A comprehensive model of information seeking’에 대해 고찰하였다<그림 2>. 이 모형은 80년대 후반부터 암 관련 정보 추구 행위를 연구한 경험적 연구를 통하여 개발하고 검증하였으며, 학문적 배경은 커뮤니케이션으로 ‘정보 추구를 위한 커뮤니케이션 채널의 이용’을 설명하고자 하였다(김갑선, 2005). 최근에는 이 모형을 적용하여 처방약에 관한 정보탐색시 정보 선택 및 영향요인을 분석한 연구를 진행하였다(DeLorme, Huh, & Reid, 2011). Johnson의 모형은 정보탐색 선행요인, 정보전달자 요인, 정보탐색 행위로 구성되었다.

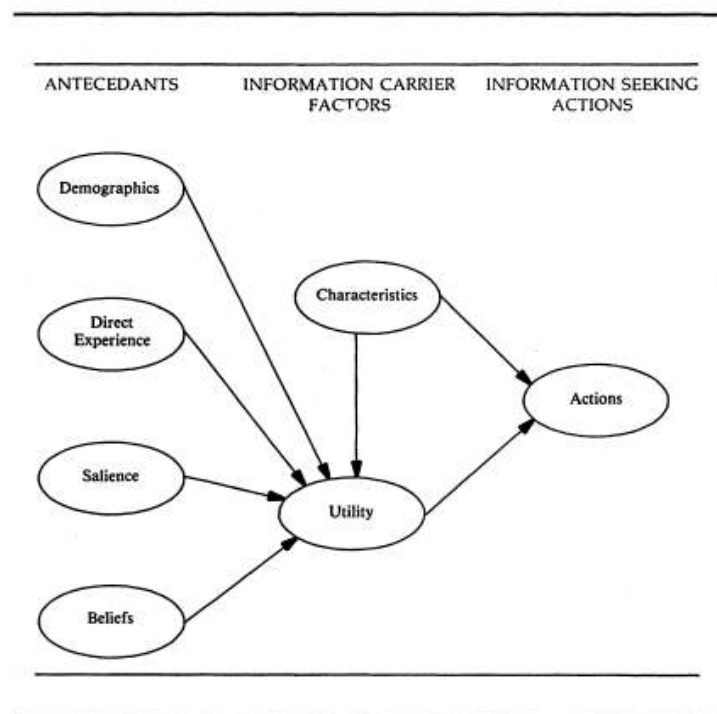


그림 2. A comprehensive model of information seeking (Johnson & Meischke, 1993)

2. 정보탐색 선행요인

Johnson의 모형에서 정보탐색 행위를 유발하는 선행요인은 주로 건강 신념모델에서 추출한 것이다(Johnson, & Meischke, 1993). 선행요인은 인구통계학적 특성(demographics), 직접 경험(direct experience), 정보의 중요성(salience), 신념(beliefs)으로 구성된다.

직접 경험은 관심영역에서의 개인의 경험 정도를 의미하며, 경험에서 중요한 요소는 정보 요구를 가진 개인의 사회적 네트워크이다.

정보의 중요성과 신념은 문제에 대한 개인의 지식의 정도에 좌우된다(김갑선, 2005). 정보의 중요성은 개인이 생각하는 건강정보의 중요도에 따라 좌우되며, 지각된 위험은 정보탐색 행위를 유발한다.

어떤 질병 및 영향, 그에 대한 통제능력과 관련된 개인의 신념은 자기 효능감과 직접 연관되며 이 모형의 주요 변수이자 소비자의 건강정보탐색 과정에서 중요한 역할을 한다(Johnson, 1997).

Johnson의 모형을 적용하여 미국에서 처방약 정보탐색 시 정보 선택 및 영향요인을 분석한 연구에서는 직접 경험은 ‘처방약 복용 횟수’로, 정보의 중요성은 ‘처방약 정보에 대한 지각된 중요성’, 신념은 ‘지각된 건강’으로 제시하였다(DeLorme, Huh, & Reid, 2011). 또한, 암환자 생존자들을 대상으로 진행한 후향적 연구에서는 개인의 경험은 ‘정신적 고통’과 ‘자가보고 건강 상태’로, 정보의 중요성은 ‘암에 대한 걱정’과 ‘지각된 위험’으로, 신념은 ‘암에 걸릴 확률을 낮출 수 없다는 생각’과 ‘예방 관련하여 너무 많은 권고사항’으로 정하고 경로분석 후 수정된 모형을 제시하였다(Hartoonian, Ormseth, Hanson, Bantum, & Owen, 2014).

중국 현지 잠재 의료서비스 고객을 대상으로 진행한 연구에서는 정보탐색의 조절변수로 질병 중증도와 해외체류경험이 중요한 작용을 하였다

(Zhang, J. & Lee, 2015).

3. 정보전달자 요인

정보전달자 요인은 선택되고 이용된 정보채널의 특성과 유용성이다. Johnson은 채널, 정보원, 메시지를 구별하였다. 정보를 입수할 수 있는 많은 채널이 있고, 그 채널 각각에는 다양한 정보원이 있고, 이런 정보원은 다양한 메시지를 포함할 수 있다. 채널의 유용성에서 요점은 정보 추구자의 요구와 일치하는가와 예상되는 만족감에 관한 기대와 일치하는가를 근거로 채널이 선택된다(김갑선, 2005).

소비자의 온라인 미용의료정보탐색 연구에서는 정보원으로 커뮤니티, 블로그, 지식검색, 병원 홈페이지, 인터넷뉴스, 온라인 광고, 비영리기관 총 7개를 제시하였다(채운하, 2013).

안과 선택 시 과거 본인의 경험(직접 방문), 대중매체(TV, 라디오, 잡지), 타 기관의 소개, 타인의 권유(가족, 이웃, 친척), 인터넷, 홈페이지 검색을 통하여 정보를 탐색한다고 하였다(이혜진, 이정우, & 홍상진, 2009).

2013년 한국보건산업진흥원에서 외국인 환자 대상으로 조사한 결과에 따르면 중국인 환자의 경우 63.8%가 자가 선택에 의해, 25.2%가 여행사와 같은 에이전시를 통하여 한국의료서비스를 선택하였고, 가족 및 지인 추천, 인터넷 검색, 신문, 잡지, 브로슈어, TV, 라디오 등을 통하여 정보를 습득하였다.

중국인 환자 유치 관련 보고서에 따르면 유치 전략으로 홈페이지, SNS, 온라인 광고를 사용하였으며, 이는 온라인 정보원이 될 수 있다.

현재 한국 의료기관은 과반수가 중문 사이트를 운영하고 있고, 중국인이 주로 사용하는 SNS 수단인 QQ, WeChat을 통하여 직접 상담서비스를 제공하고 있다. 하지만 상당수의 의료기관이 중국의 사정을 잘 모르는 업체를 통해 한국 홈페이지를 번역하는 차원에서 중문 홈페이지를 제작 및 운영하고 있다. 온라인 광고의 예시로 중국 최대의 포털사이트인 Baidu에 주요 키워드 광고를 하고 있으며 최근 한국 의료기관들의 Baidu 키워드 광고는 점차 증가하는 추세이나, 해외라는 특성상 상담 또는 수술로 이어지는 성공률은 상대적으로 낮다고 하였다(한국보건산업진흥원, 2013년).

한국 제주지역을 방문한 한국, 중국, 일본, 관광객을 대상으로 조사한 병원 선택요인에 관한 연구에서 요인의 중요도가 의료서비스의 품질, 여행 및 치료비용, 의료시설의 현대화, 진료상의 의사소통, 접근의 용이성, 사전/사후 관리서비스 순으로 나타났다(강재정, & 오상훈, 2008).

중국 현지 잠재 의료관광객 대상으로 한국 의료서비스 선택요인을 조사한 연구에서는 의료서비스 품질, 비용, 의료기관 평판 명성, 접근성, 사회적 환경 등이 요인으로 작용하였다(Zhang, J. & Lee, 2015).

Importance-Performance Analysis 기법을 이용하여 의료관광 선택속성을 조사한 연구에서는 서비스 품질(진료비의 적정성, 원활한 의사소통, 의료진의 전문성, 서비스 보장, 최첨단 의료시설), 차별성(차별화된 서비스, 패키지 진료상품, 병원의 규모), 편리성(정보시스템의 용이성, 안내체계의 편리성), 접근성 등이 선택속성으로 나타났다(고선희, & 박은숙, 2012).

미국 잠재 의료관광객의 의료관광국 선택속성의 중요도 차이에 관한 연구에서는 지각된 위험 감소를 위해 사후관리를 위한 의사연계 용이성을 중요하게 생각하였다(김동진, & 김현정, 2015).

소비자의 온라인 미용의료정보탐색 및 평가 연구에서는 정보원 별로 정보의 정확성, 충분성, 유용성, 이해용이성, 신뢰성을 평가하였다(채윤하, 2013). 소비자건강정보의 이용행태에 관한 연구에서는 정보원의 특성으로 신뢰성, 유용성, 용이성을 선정하였다(박태연, 2015). 정보의 유용성, 신뢰도는 의료소비자의 의료기관 선택에 큰 영향을 미치며, 의료소비자들이 실제로 이런 정보를 잘 활용하고 있는지, 그들의 요구를 충족하는지 확인해볼 필요가 있다.

4. 정보탐색 행위

정보 추구 행위는 채널과 정보 중에서의 의식적 선택을 포함하지만, 과정, 느낌 및 기타 모든 형태적 요소와 인식적 요소들도 의미한다. Johnson은 정보탐색은 사람이 자신의 기존 지식에서 격차를 인지할 때 시작되고, 이때 모형의 요인들이 적용되기 시작한다고 주장한다(Johnson, Andrews, & Allard, 2001).

척추질환자의 정보탐색 행위 분석 연구에서는 정보탐색 노력을 정보탐색 정도와 정보탐색량 두 가지 구성요인을 통해 살펴보았다. 정보탐색 정도는 정보원별, 탐색내용별 정보탐색 정도를 리커트척도로 측정하였으며, 정보탐색량은 정보원의 수, 탐색내용의 수를 합산하였다. 정보탐색 성과는 정보탐색으로 얻은 이득으로 정의하고 정보탐색을 수행한 의료소비자가 인지하는 지식의 증가, 병원 선택 시 자신감, 가격 절감을 통한 혜택 등의 세 가지 항목을 통해 살펴보았다(정태영, 정기택, & 김용민, 2013).

Ⅲ. 연구방법

1. 연구의 틀

본 연구는 미용성형 의료서비스를 받기 위해 한국을 방문한 중국 의료소비자의 정보탐색 과정을 분석하고자 한다. 이러한 목적을 달성하기 위해 본 연구에서는 Johnson의 정보탐색 모형을 기반으로 아래와 같이 연구의 틀을 구성하였다<그림 3>.

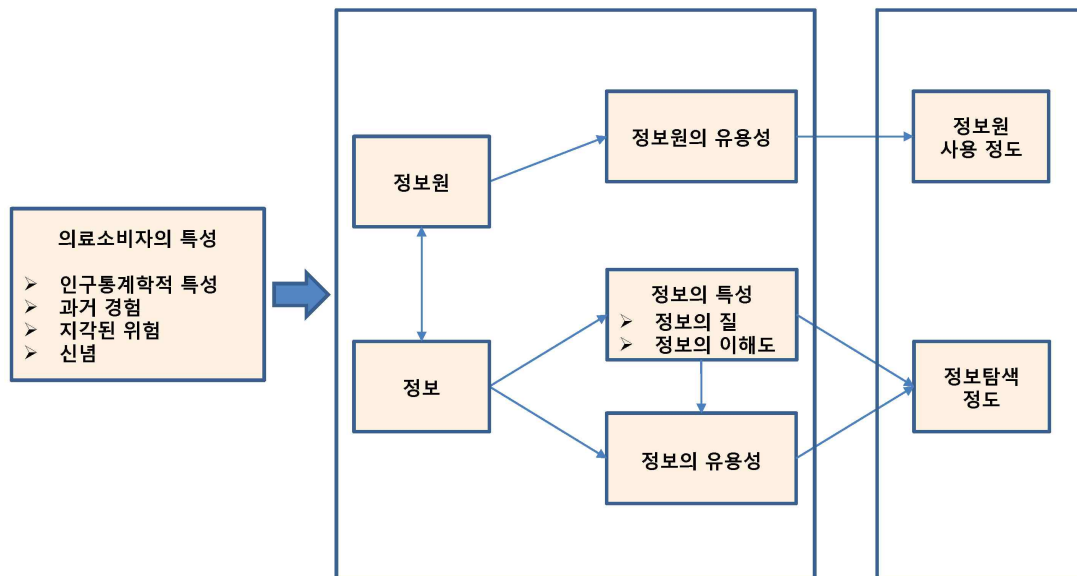


그림 3. Research frame

2. 용어정의

1) 과거 경험(Experience)

- 이론적 정의: 관심영역에 있어서의 개인의 경험 정도를 의미하며, 경험에서 중요한 요소는 정보 요구를 가진 개인의 사회적 네트워크이다(Johnson, & Meischke, 1993).
- 조작적 정의: 미용성형 및 해외 의료서비스 이용에 대한 개인의 경험과 주변의 경험을 의미한다.

2) 중요성(Salience)

- 이론적 정의: 질병의 관련성에 대한 인식, 개인이 생각하는 중요도이며, 지각된 건강위험을 의미한다(Johnson, & Meischke, 1993).
- 조작적 정의: 의료서비스를 구매하기 전에 예측 가능한 부정적인 결과에 대해 소비자가 주관적으로 지각하는 손실, 즉 지각된 신체적 위험, 기능적 위험, 경제적 위험, 사회·심리적 위험을 의미한다(서상윤 등, 2015; 김동진, & 김현정, 2015; 강재정, & 서용건, 2011; 이은지, & 현성협, 2015; 한진태 등, 2013; 이효지, 2013; 김홍길, 2015; 손은하, & 이범수, 2016; 강홍립, 2016).

3) 신념(Beliefs)

- 이론적 정의: 특정 질병 및 자신에게 미치는 영향, 통제 수준에 대한 개인의 믿음을 의미하여 자기효능감과 직접적인 연관이 있다(Johnson, & Meischke, 1993).
- 조작적 정의: 문제의 성격, 그것이 자신에게 미치는 영향, 그것

에 대한 자기통제 수준에 대한 신념과 정보탐색 자기효능감을 의미한다(Han, et al, 2010).

4) 정보의 특성(Characteristic)

- 이론적 정의: 선택되고 이용된 정보채널의 특성이다(Johnson, & Meischke, 1993).
- 조작적 정의: 지각된 정보의 질, 정보 이해도이다(Hartoonian, et al, 2014).

5) 정보의 유용성(Utility)

- 이론적 정의: 정보 추구자의 요구와 일치하는가와 예상되는 만족감에 관한 기대와 일치하는 정도이다(Johnson, & Meischke, 1993).
- 조작적 정의: 정보원과 정보에 대한 지각된 유용성을 의미한다(DeLorme, Huh, & Reid, 2011).

6) 정보탐색 행위(Action)

- 이론적 정의: 채널과 정보원 중에서의 의식적인 선택, 과정, 느낌 및 기타 모든 행태적 요소와 인식적 요소를 의미한다(Johnson, & Meischke, 1993).
- 조작적 정의: 정보원 사용 정도와 정보탐색 정도이다.

3. 조사대상 및 자료수집

본 연구의 모집단은 한국을 방문한 중국 의료소비자이다. 본 연구의 대상자는 중국 국적을 소유한 자로 질병의 진단 및 치료, 건강 증진, 유지 및 복원을 위한 서비스를 받기 위해 한국 의료기관을 방문한 자이며, 한국 의료보험을 소유하지 않은 20세 이상의 성인이다. 또한, 편의 표출한 서울 소재의 3개 성형외과 의원을 방문한 의료소비자이다.

2014년 외국인 환자 유치실적 조사 결과 보고서에 의하면 국적별 진료과목에서 중국인 환자는 성형외과를 가장 많이 이용하였다. 또한, 2014년 지역별 외국인 환자 현황자료에 의하면 외국인 환자를 많이 유치한 지역 중 서울이 58.1%로 과반수를 차지하였고, 서울 소재 의료기관을 방문한 외국인 환자 중 중국인 환자 수는 54,100명(34.9%)으로 미국(12.6%), 러시아(11.5%), 일본(6.7%) 환자보다 현저하게 많았다. 지역별 중국인 환자 현황은 서울 54,100명, 그 다음으로 경기 8,684명, 인천 4,516명으로 서울이 제일 큰 비중을 차지하였다(한국보건산업진흥원, 2015).

이상 자료에 근거하여 서울시 소재의 의료기관 중 성형외과 의원을 방문한 중국 의료소비자를 대상으로 선정하여 의료서비스 정보탐색 과정을 분석하였다.

본 연구에서 필요한 대상자수는 G*Power를 이용하여 산출하였으며, 회귀분석에 필요한 유의수준(α) .05, 검정력($1-\beta$) 80%, 중간 효과 크기 (f^2) .15, 예측변인의 수를 19개로 설정하였을 때, 적정 표본의 크기는 153명이었다. 자료수집 탈락률 20%를 고려하여 목표 대상자 수를 184명으로 계획하였다.

본 연구에서는 자기기입식 설문지를 사용하였으며, 자료수집은 2017년

3월 23일부터 5월 19일까지 실시하여 총 175부를 회수하였다. 자료 정리(Data Cleaning)를 거쳐 이 중 분석에 부적합한 17부를 제외하고 158부를 분석에 사용하였다.

4. 설문지 구성

본 연구에서는 Johnson의 정보탐색 모형을 토대로 설문지를 구성하였고, 해당 모형을 적용한 문헌과 의료관광, 해외 의료서비스 이용 및 건강 정보 추구하고 관련된 문헌을 참고하여 문항을 수정·보완하였다. 한국어로 작성된 설문 문항은 전문가 3인을 통하여 타당도를 검증하였고, 연구자가 일차로 중국어로 번역한 후, 한국어와 중국어가 능통한 간호학 석사 학위 소지자 1명, 박사과정 수료자 1명, 미용성형 업무 종사자 3인에게 원 문항과의 동등성과 번역의 적절성을 검토한 후 일부 항목을 수정·보완하여 사용하였다<표 1>.

과거 경험은 Johnson의 모형의 정의에 따라 자신의 경험과 자신에게 영향을 미칠 수 있는 주변의 경험에 대한 문항으로 구성하였다.

정보의 중요성은 지각된 위험으로 정의하고, 의료관광에 대한 위험지각 관련 문헌으로부터 문항을 참고하여 수정·보완하였으며, ‘매우 그렇지 않다’를 1점으로 시작하여 매우 그렇다’를 5점으로 한 리커트척도를 사용하였다.

신념은 건강신념 모형의 선행요인 중 지각된 심각성과 지각된 이익의 정의에 따라 외모 만족도와 성형을 통한 이익에 대한 문항 및 관련 정보탐색 효능감에 대한 문항으로 구성하였고, 5점 리커트척도로 측정하였다.

정보의 특성은 정보 추구 관련 문헌, 의료관광 선택속성 관련 문헌,

한국보건산업진흥원의 보고서를 참고하여 문항을 구성하였고, 해당하는 항목에 모두 응답하도록 하였으며, 탐색한 정보의 질과 이해도는 5점 리커트척도를 사용하였다.

유용성은 지각된 유용성으로 정보원과 정보의 내용에 대해 유용하다고 생각하는 정도를 5점 리커트척도로 측정하였다.

정보탐색 행위는 정보원 사용 정도와 정보탐색의 정도, 치료 결정에 미친 영향을 질문하는 문항으로 구성하였다.

표 1. 설문문항 구성

변수	내용	문항수
인구통계학적 특성	성별, 나이, 교육수준, 혼인상태, 직업, 월 가계 평균 소득, 한국 및 다른 해외 국가 방문 경험, 한국 국가이미지, 한국 방문 목적	10
과거 경험	한국 및 다른 해외 국가 의료서비스 경험, 미용성형정보 관심 정도, 주변의 경험	5
지각된 위험	기능적, 경제적, 신체적, 사회·심리적 위험	12
신념	외모 만족도, 자신감, 삶의 만족도, 정보탐색 효능감	4
정보의 특성	정보의 질, 정보의 이해도	4
정보의 유용성	지각된 유용성(정보원, 정보)	2
정보탐색 행위	정보원 사용 정도, 정보탐색 정도, 치료결정에 미친 영향	3
기타(주관식)	정보 관련 요구사항	1
Total		41

5. 자료처리 및 분석방법

본 연구에서 수집된 자료는 구체적으로 다음과 같은 분석을 실시하였다.

첫째, 측정도구의 신뢰도 검증을 위해 Cronbach α 계수를 산출하였다.

둘째, 인구통계학적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

셋째, 사용한 정보원과 탐색한 정보를 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였고, 변수 간의 상관관계를 알아보기 위해 상관관계 분석을 실시하였다.

1) 신뢰도 분석

신뢰도(Reliability) 검사는 설문문항의 정확성을 파악하고 반복 측정 시 유사한 값을 얻을 수 있는지, 그리고 올바른 측정도구인지를 확인하기 위해 실시하였다. 신뢰도의 개념을 살펴보면, 측정의 정확성, 안정성, 예측가능성, 일관성 등의 개념을 포함하고 있다. 본 연구에서는 Cronbach α 계수를 사용하였다.

내적일치성(Internal Consistency)을 살펴보면, 본 연구의 Cronbach α 계수로 지각된 위험을 측정하기 위한 요인은 0.877, 과거 경험은 0.722, 신념은 0.690으로, 모두 0.6 이상으로 신뢰도를 확보하였다<표 2>.

표 2. 신뢰도 분석

항목	신뢰도	
	Alpha if item Deleted	Cronbach's α
지각된 위험	의료진 전문성 미흡 가능성	.877
	의료장비 수준 미흡 가능성	
	의료서비스 품질, 효과에 대한 염려	
	사후관리에 대한 염려	
	감염 가능성 염려	
	교통수단 불편 염려	
	관광 체류비용 과다 염려	
	의료비용 과다 염려	
	추가 비용 발생 염려	
	언어소통에 대한 불안	
	사고 발생 시 고충처리의 위험	
	외국인 차별 염려	
과거 경험	한국 미용성형 만족도	.722
	평소 미용성형정보 관심도	
	주변 사람 미용성형 경험	
	주변 사람 미용성형 인식	
신념	외모 만족도	.690
	자신감	
	삶의 만족도	
	정보탐색 효능감	

IV. 연구결과

1. 대상자의 일반적 특성

본 연구에서는 서울 소재의 성형외과 의원을 방문한 중국 의료소비자를 대상으로 설문조사를 실시하였으며 인구통계학적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였다<표 3>.

성별의 경우 성형외과 특성상 여자가 83.5%로 대부분을 차지하였다. 연령은 20대 55.7%, 30대 41.8%, 40대 2.5%로 20~30대가 많은 것으로 나타났다. 학력은 대학교 졸업이 77.2%로 가장 많았고, 대학원 이상 10.8%, 고등학교 졸업 8.9%, 중학교 이하 3.2% 순으로 나타났다. 혼인상태는 미혼 60.8%, 기혼 39.2%로 나타났다. 직업은 사무직이 50.6%로 가장 많았고, 자영업 17.1%, 서비스직 10.8% 등 순으로 나타났다. 월 가계소득은 5,000~10,000위안이 40.5%로 가장 많았고, 10,000~20,000위안이 20.3%를 차지하였으며, 5,000위안 이하는 10.1%로 가장 적었다.

표 3. 인구통계학적 특성

	구분	N	%
성별	남자	26	16.5
	여자	132	83.5
연령	20대	88	55.7
	30대	66	41.8
	40~50대	4	2.5
학력	중학교 이하	5	3.2
	고등학교 졸업	14	8.9
	대학교 졸업	122	77.2
	대학원 이상	17	10.8
혼인상태	미혼	96	60.8
	기혼	62	39.2
직업	사무직	80	50.6
	자영업	27	17.1
	서비스직	17	10.8
	학생	12	7.6
	무직	8	5.1
	생산직	6	3.8
	주부	6	3.8
	기타	2	1.3
월 가계소득 (단위: 위안) 1,0000위안 = 원화 약 165만원	5,000 이하	16	10.1
	5,000~10,000	64	40.5
	10,000~20,000	32	20.3
	20,000~30,000	19	12.0
	30,000 이상	27	17.1
Total		158	

응답자 중 한국을 2회 이상 방문한 경우가 84.2%로 재방문의 경우가 많았고, 한국 외에 다른 해외 국가에 방문한 경험이 있는 대상자들은 94.9%를 차지하였다. 한국에 대한 주관적인 국가이미지는 ‘좋다’ 44.3%, ‘보통이다’ 30.4%, ‘매우 좋다’ 17.7% 등 순으로 평균 3.71점으로 응답하였다<표 4>.

표 4. 한국 및 다른 해외 국가 방문 경험

구분		N	%	Mean	SD
한국 방문 횟수	1회	25	15.8	3.71	.876
	2회	42	26.6		
	3회	37	23.4		
	4회	9	5.7		
	5회 이상	45	28.5		
다른 해외 국가 방문 횟수	1회	42	26.6		
	2회	40	25.3		
	3회	31	19.6		
	4회	15	9.5		
	5회 이상	22	13.9		
	없다	8	5.1		
국가이미지	매우 나쁘다	2	1.3		
	나쁘다	10	6.3		
	보통이다	48	30.4		
	좋다	70	44.3		
	매우 좋다	28	17.7		
Total		158			

성형외과 방문 목적은 상담 53.2%, 성형수술 52.5%, 피부미용 51.9%로 나타났고, 그 외에 관광, 쇼핑, 단기연수, 친척방문 등 목적이 14.6%를 차지하였다<표 5>.

표 5. 성형외과 방문 목적

구분	N	%
피부미용	84	53.2
성형수술	83	52.5
상담	82	51.9
기타	23	14.6
Total	272	

(복수응답 가능)

설문 응답 시점에 과거에 한국에서 이미 미용성형 경험이 있는 대상자들은 54.4%를 차지하였고, 한국을 제외한 다른 해외 국가에서 의료서비스를 받아본 경험이 있는 대상자들은 30.4%로 나타났다<표 6>.

표 6. 해외 의료서비스 경험

구분		N	%
한국 성형 경험	유	86	54.4
	무	72	45.6
다른 해외 국가 의료서비스 경험	유	48	30.4
	무	110	69.6
Total		158	

한국에서 이미 미용성형 의료서비스를 받아본 응답자 86명은 평균 2.22회의 서비스를 받았고, 서비스에 대해 3.70(1=매우 그렇지 않다 ~ 5=매우 그렇다)의 만족도를 보였다<표 7>.

표 7. 한국에서의 미용성형 경험

구분	Mean	SD
한국 성형횟수	2.22	1.078
한국 성형만족도	3.70	.841

평소 본인이 미용성형에 대한 관심도는 3.28(1=거의 없다 ~ 5=매우 많다), 주변 사람의 미용성형 경험은 2.84(1=거의 없다 ~ 5=매우 많다), 주변 사람의 미용성형에 대한 인식은 3.32(1=매우 부정적이다 ~ 5=매우 긍정적이다)로 나타났다<표 8>.

표 8. 평소 본인 및 주변 사람의 미용성형 경험

구분	Mean	SD
평소 미용성형정보 관심도	3.28	1.021
주변 사람 미용성형 경험	2.84	1.044
주변 사람 미용성형 인식	3.32	.924

응답자들은 자신의 외모에 대한 만족도를 평균 3.13으로 ‘3=보통이다’ 이상으로 응답하였고, 미용성형을 통한 자신감 상승 및 생활 만족도 상승은 각각 3.73과 3.56으로 나타났으며, 정보탐색 효능감은 3.47로 나타났다(1=매우 그렇지 않다 ~ 5=매우 그렇다)<표 9>.

표 9. 미용성형 관련 신념

구분	Mean	SD
외모 만족도	3.13	.838
자신감	3.73	.777
생활 만족도	3.56	.899
정보탐색 효능감	3.47	.887

한국 미용성형 의료서비스에 대한 지각된 위험은 ‘1=매우 그렇지 않다 ~ 5=매우 그렇다’에서 대부분 항목이 ‘3=보통이다’를 초과하였고, ‘외국인 차별에 대한 염려’는 2.86으로 가장 낮은 것으로 나타났다<표 10>.

표 10. 지각된 위험

	구분	Mean	SD
기능적 위험	의료진 전문성 미흡 가능성	3.34	1.075
	의료장비 수준 미흡 가능성	3.25	1.026
	의료서비스 품질, 효과에 대한 염려	3.41	1.106
신체적 위험	사후관리에 대한 염려	3.51	1.063
	감염 가능성 염려	3.58	1.072
	교통수단 불편 염려	3.11	1.171
경제적 위험	관광 체류비용 과다 염려	3.07	1.071
	의료비용 과다 염려	3.42	.953
	추가 비용 발생 염려	3.56	1.019
사회·심리적 위험	언어소통에 대한 불안	3.03	1.117
	사고 발생 시 고충처리의 위험	3.38	1.080
	외국인 차별 염려	2.86	1.074

2. 정보원 사용

정보탐색 과정에서 사용한 정보원, 각 정보원의 유용성(1=매우 유용하지 않다 ~ 5=매우 유용하다) 및 사용 정도(1=없다 ~ 5=아주 많다), 정보원별 유용성과 사용 정도 사이에 어떠한 상관관계가 있는지 알아본 결과는 <표 11>과 같다.

미용성형정보를 탐색하기 위해 의료소비자들은 아래와 같은 여러 정보원을 사용하였으며, 이 중 ‘가족, 친구, 지인’을 통하여 정보를 탐색한 경우가 58.9%로 가장 많았고, ‘의료기관 홈페이지’ 47.5%, ‘의료관광 포털 사이트’ 34.2%, ‘관련 스마트폰 앱’ 31.6%, ‘SNS(QQ, Wechat, Weibo 등)’ 25.3% 등 순으로 나타났다. ‘본국 의료진’과 ‘기내지 및 공항광고’는 각각 6.3%와 5.7%로 적은 비중을 차지하였다. 응답자들은 사용한 11개의 정보원 중에서 1인당 평균 2.8개의 정보원을 사용한 것으로 나타났다.

각 정보원별 유용성과 사용 정도 및 이들의 상관관계를 살펴본 결과, ‘본국 의료진’의 유용성(3.70)과 사용 정도(3.70)가 유의한 상관관계($r=.869$, $p<.01$)를 가지는 것으로 나타났고, ‘가족, 친구, 지인’의 유용성(3.92)과 사용 정도(3.61)도 유의한 상관관계($r=.629$, $p<.01$)를 가지는 것으로 나타났다. 의료기관 홈페이지의 유용성(3.85)과 사용 정도(3.73)도 유의한 상관관계($r=.574$, $p<.01$)를 보였고, ‘SNS(QQ, Wechat, Weibo 등)’의 유용성(3.90)과 사용 정도(3.63)도 유의한 상관관계($r=.544$, $p<.01$)를 보였으며, ‘의료관광 포털사이트’의 유용성(3.50)과 사용 정도(3.31)도 유의한 상관관계($r=.418$, $p<.01$)를 가지는 것으로 나타났다. ‘TV, Radio’의 유용성(3.58)과 사용 정도(3.55)는 유의한 상관관계($r=.414$, $p<.05$)를 보였으며, ‘관련 스마트폰 앱’의 유용성(4.08)과 사용 정도(3.98)도 유의한 상관관계($r=.346$, $p<.05$)를 보였다.

그 중 ‘본국 의료진’ 정보원의 유용성과 사용 정도가 가장 높은 상관관계($r=.869$)를 보였고, 회귀모형은 F값이 $p<.001$ 에서 24.781의 수치를 보였으며, 회귀식에 대한 $R^2=.756$ 로 75.6%의 설명력을 나타냈다.

‘가족, 친구, 지인’ 정보원의 유용성과 사용 정도도 높은 상관관계($r=.629$)를 보였고, 회귀모형은 F값이 $p<.001$ 에서 59.482의 수치를 보였으며, 회귀식에 대한 $R^2=.395$ 로 39.5%의 설명력을 나타냈다.

‘의료기관 홈페이지’ 정보원의 유용성과 사용 정도도 높은 상관관계($r=.574$)를 보였으며, 회귀모형은 F값이 $p<.001$ 에서 35.830의 수치를 보였으며, 회귀식에 대한 $R^2=.329$ 로 32.9%의 설명력을 나타냈다.

결론적으로 11개 정보원 중에서 7개 정보원의 유용성과 사용 정도가 유의한 양의 상관관계를 갖는 것을 알 수 있고, 모든 정보원은 유용할수록 많이 사용한다는 것과 정보제공 시 유용한 정보원을 잘 활용해야 함을 시사한다.

표 11. 정보원의 유용성, 사용 정도 및 상관관계

구분	N	%	유용성		사용 정도		상관 계수	R ²	수정된 R ²	F	p
			Mean	SD	Mean	SD					
가족, 친구, 지인	93	58.9	3.92	.811	3.61	.944	.629**	.395	.389	59.482	<.001
의료기관 홈페이지	75	47.5	3.85	.730	3.73	.777	.574**	.329	.320	35.830	<.001
의료관광 포털사이트	54	34.2	3.50	.863	3.31	.968	.418**	.175	.159	10.994	.002
관련 스마트폰 앱	50	31.6	4.08	.634	3.98	.473	.346*	.119	.101	6.510	.014
SNS	40	25.3	3.90	.591	3.63	.838	.544**	.296	.278	15.987	<.001
TV, Radio	31	19.6	3.58	.807	3.55	.810	.414*	.172	.143	6.015	.020
여행사 및 유치업체	30	19.0	4.07	.980	4.23	.898	.295	.087	.055	2.673	.113
신문, 잡지	28	17.7	3.61	.832	3.29	.810	.338	.114	.080	3.347	.079
온라인 광고	22	13.9	3.45	.671	3.09	.811	.095	.009	-.040	.184	.673
본국 의료진	10	6.3	3.70	1.337	3.70	1.252	.869**	.756	.725	24.781	.001
기내지 및 공항광고	9	5.7	3.44	1.014	3.67	.707	.581	.338	.243	3.571	.101

(복수응답 가능) *p<.05 **p<.01

의료소비자들이 어떠한 정보원을 동시에 사용하여 정보를 탐색하였는지 살펴본 결과 <표 12>와 같다.

‘가족, 지인, 친구’(N=93)를 통하여 정보를 탐색한 경우, ‘의료기관 홈페이지’(39.8%), ‘관련 스마트폰 앱’(36.6%), ‘의료관광 포털사이트’(35.5%)를 동시에 사용한 비중이 높았다.

‘의료기관 홈페이지’(N=75)를 사용한 경우, ‘가족, 지인, 친구’(49.3%), ‘의료관광 포털사이트’(42.7%), ‘관련 스마트폰 앱’(36.0%)을 동시에 사용한 비중이 높았다.

‘의료관광 포털사이트’(N=54)를 사용한 경우, ‘가족, 지인, 친구’(61.1%), ‘의료기관 홈페이지’(59.3%), ‘관련 스마트폰 앱’(46.3%)을 동시에 사용한 비중이 높았다.

‘관련 스마트폰 앱’(N=50)을 사용한 경우, ‘가족, 지인, 친구’(68.0%), ‘의료기관 홈페이지’(54.0%), ‘의료관광 포털사이트’(50.0%)를 동시에 사용한 비중이 높았다.

‘SNS(QQ, Wechat, Weibo 등)’(N=40)를 사용한 경우, ‘의료기관 홈페이지’(65.0%), ‘관련 스마트폰 앱’(55.0%), ‘가족, 지인, 친구’(52.5%), ‘의료관광 포털사이트’(50.0%)를 동시에 사용한 비중이 높았다.

‘TV, Radio’(N=31)를 사용한 경우, ‘의료기관 홈페이지’(48.4%), ‘관련 스마트폰 앱’(41.9%), ‘가족, 지인, 친구’(38.7%), ‘관련 스마트폰 앱’(38.7%)을 동시에 사용한 비중이 높았다.

‘여행사 및 유치업체’(N=30)를 사용한 경우, ‘의료기관 홈페이지’(76.7%), ‘의료관광 포털사이트’(60.0%), ‘가족, 지인, 친구’(53.3%)와 ‘관련 스마트폰 앱’(53.3%)을 동시에 사용한 비중이 높았다.

‘신문, 잡지’(N=28)를 사용한 경우, ‘의료기관 홈페이지’(67.9%), ‘의료관광 포털사이트’(60.7%), ‘가족, 지인, 친구’(53.6%), ‘SNS(QQ, Wechat,

Weibo 등)’(50.0%)를 동시에 사용한 비중이 높았다.

‘본국 의료진’(N=10)을 통하여 정보를 탐색한 경우, ‘의료관광 포털사이트’(70.0%), ‘관련 스마트폰 앱’(70.0%), ‘TV, Radio’(50.0%)를 동시에 사용한 비중이 높았다.

‘기내지 및 공항광고’(N=9)를 사용한 경우, ‘TV, Radio’(33.3%)와 ‘본국 의료진’(33.3%)을 제외한 그 외의 정보원을 동시에 사용한 비중이 높았다.

결론적으로 의료소비자들은 정보원을 사용할 때 보편적으로 ‘가족, 지인, 친구’, ‘의료기관 홈페이지’, ‘의료관광 포털사이트’, ‘관련 스마트폰 앱’을 함께 사용하는 것을 알 수 있다. 또한, ‘가족, 지인, 친구’를 통하여 정보를 탐색한 경우 다른 정보원을 동시에 사용한 정도가 상대적으로 낮은 것을 알 수 있다.

표 12. 정보원 사용 현황

구분	N	가족, 친구, 지인	의료기 관 홈페이지	의료관 광 포털사이트	관련 스마트 폰 앱	SNS	TV, Radio	여행사 및 유치업체	신문, 잡지	온라인 광고	본국 의료진	기내지 및 공항광고
가족, 친구, 지인	93	-	37 39.8%	33 35.5%	34 36.6%	21 22.6%	12 12.9%	16 17.2%	15 16.1%	16 17.2%	4 4.3%	5 5.4%
의료기관 홈페이지	75	37 49.3%	-	32 42.7%	27 36.0%	26 34.7%	15 20.0%	23 30.7%	19 25.3%	12 16.0%	3 4.0%	6 8.0%
의료관광 포털사이트	54	33 61.1%	32 59.3%	-	25 46.3%	20 37.0%	12 22.2%	18 33.3%	17 31.5%	12 22.2%	7 13.0%	5 9.3%
관련 스마트폰 앱	50	34 68.0%	27 54.0%	25 50.0%	-	22 44.0%	13 26.0%	16 32.0%	11 22.0%	8 16.0%	7 14.0%	6 12.0%
SNS	40	21 52.5%	26 65.0%	20 50.0%	22 55.0%	-	9 22.5%	11 27.5%	14 35.0%	10 25.0%	2 5.0%	6 15.0%
TV, Radio	31	12 38.7%	15 48.4%	12 38.7%	13 41.9%	9 29.0%	-	7 22.6%	11 35.5%	6 19.4%	5 16.1%	3 9.7%
여행사 및 유치업체	30	16 53.3%	23 76.7%	18 60.0%	16 53.3%	11 36.7%	7 23.3%	-	8 26.7%	6 20.0%	4 13.3%	6 20.0%
신문, 잡지	28	15 53.6%	19 67.9%	17 60.7%	11 39.3%	14 50.0%	11 39.3%	8 28.6%	-	10 35.7%	3 10.7%	6 21.4%
온라인 광고	22	16 72.7%	12 54.5%	12 54.5%	8 36.4%	10 45.5%	6 27.3%	6 27.3%	10 45.5%	-	2 9.1%	10 45.5%
본국 의료진	10	4 40.0%	3 30.0%	7 70.0%	7 70.0%	2 20.0%	5 50.0%	4 40.0%	3 30.0%	2 20.0%	-	3 30.0%
기내지 및 공항광고	9	5 55.6%	6 66.7%	5 55.6%	6 66.7%	6 66.7%	3 33.3%	6 66.7%	6 66.7%	6 66.7%	3 33.3%	-

3. 정보탐색

정보탐색 과정에서 탐색한 정보, 각 정보의 질(1=매우 나쁘다 ~ 5=매우 좋다), 이해도(1=매우 이해하기 어렵다 ~ 5=매우 이해하기 쉽다), 유용성(1=매우 유용하지 않다 ~ 5=매우 유용하다) 및 사용 정도(1=없다 ~ 5=아주 많다)와 각 정보의 질과 이해도 사이에 어떠한 상관관계가 있는지 알아본 결과는 <표 13>과 같다.

의료소비자들은 여러 가지 미용성형정보를 탐색하였으며, 이 중 ‘치료비용’을 67.7%로 가장 많이 탐색하였고, ‘의료기관 명성’ 54.4%, ‘실제 사례/후기’ 49.4%, ‘수술, 치료과정’ 46.8%, ‘진료항목’ 46.2%, ‘사전, 사후 관리서비스’ 43.7%, ‘의사의 경력’ 40.5%, ‘진료 의사소통’ 34.2% 순으로 탐색하였으며, ‘의료사고 및 분쟁’은 15.8%로 가장 적게 탐색하였다. 응답자들은 탐색한 9개의 정보 중에서 1인당 평균 3.99개의 정보를 탐색한 것으로 나타났다.

정보별 질, 이해도, 유용성, 탐색 정도를 살펴보면, ‘치료비용’은 정보의 질(3.27)이 이해도(3.75)보다 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. ‘의료사고 및 분쟁’은 정보의 질(3.60)에 비해 이해도(3.12)가 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 따라서 ‘치료비용’은 정보의 질을 높여야 하고, ‘의료사고 및 분쟁’은 더 이해하기 쉽게 제공해야 함을 시사한다.

각 정보의 질과 이해도의 상관관계를 살펴본 결과, ‘의료사고 및 분쟁’을 제외하고는 모두 유의한 양의 상관관계($p < .01$)를 가지는 것으로 나타났다. 그 중에서 ‘실제 사례/후기’($r=.657$), ‘진료항목’($r=.643$), ‘의사의 경력’($r=.643$), ‘수술, 치료과정’($r=.615$), ‘진료 의사소통’($r=.606$), ‘의료기관 명성’($r=.435$)은 정보의 질과 이해도가 높은 상관관계를 가지는 것으로 나타났다.

결론적으로 모든 정보는 질이 좋을수록 이해도가 높고, 이해도가 높을수록 질이 좋다고 평가되었으며, 정보제공 시 이런 점을 고려해야 함을 시사한다.

표 13. 정보의 질, 이해도, 유용성, 탐색 정도 및 정보의 질과 이해도의 상관관계

구분	N	%	질		이해도		상관 계수	유용성		탐색 정도	
			Mean	SD	Mean	SD		Mean	SD	Mean	SD
치료비용	107	67.7	3.27	.907	3.75	.802	.354**	3.77	.842	3.64	.905
의료기관 명성	86	54.4	3.88	.640	3.84	.733	.435**	3.93	.699	3.66	.978
실제 사례/후기	78	49.4	3.97	.664	3.94	.651	.657**	3.86	.679	3.83	.903
수술, 치료과정	74	46.8	3.81	.676	3.76	.679	.615**	3.99	.749	3.59	.920
진료항목	73	46.2	3.85	.593	3.82	.839	.643**	3.78	.672	3.45	.851
사전, 사후 관리서비스	69	43.7	3.87	.705	3.83	.747	.347**	3.91	.853	3.51	.885
의사의 경력	64	40.5	3.88	.826	3.86	.833	.643**	3.78	.766	3.81	.941
진료 의사소통	54	34.2	3.48	.906	3.57	.690	.606**	3.76	.823	3.52	.746
의료사고 및 분쟁	25	15.8	3.60	.764	3.12	.781	.293	3.68	.690	3.60	1.000

(복수응답 가능) **p<.01

각 정보의 질 및 이해도가 정보의 유용성과의 상관관계를 살펴본 결과는 <표 14>와 같다.

‘의료사고 및 분쟁’을 제외하고는 각 정보의 질 및 이해도는 유용성과 유의한 양의 상관관계($p < .01$, $p < .05$)를 가지는 것으로 나타났다. ‘진료 의사소통’($r = .513$), ‘의사의 경력’($r = .483$), ‘진료항목’($r = .439$), ‘의료기관 명성’($r = .402$) 정보의 질은 해당 정보의 유용성과 높은 상관관계를 가지는 것으로 나타났다. ‘의사의 경력’($r = .747$), ‘진료 의사소통’($r = .714$), ‘사전, 사후 관리서비스’($r = .576$), ‘진료항목’($r = .521$), ‘의료기관 명성’($r = .482$), ‘치료비용’($r = .415$) 정보의 이해도는 해당 정보의 유용성과 높은 상관관계를 가지는 것으로 나타났다. 대부분 정보의 질보다 이해도가 높을수록 유용성이 더 높게 나타났고, ‘수술, 치료과정’만 정보의 이해도($r = .290$)보다 질($r = .374$)이 유용성과 더 높은 상관관계를 가지는 것으로 나타났다.

‘의사의 경력’ 정보의 질과 이해도는 모두 정보의 유용성과 높은 상관관계를 나타냈고, 회귀모형은 F값이 $p < .001$ 에서 38.551의 수치를 보였으며, 회귀식에 대한 $R^2 = .558$ 로 55.8%의 설명력을 나타냈다. ‘진료 의사소통’ 정보의 질과 이해도 모두 정보의 유용성과 높은 상관관계를 보였고, 회귀모형은 F값이 $p < .001$ 에서 27.591의 수치를 보였으며, 회귀식에 대한 $R^2 = .520$ 로 52.0%의 설명력을 나타냈다.

결론적으로 정보의 질과 이해도가 좋을수록 정보가 유용하다고 생각하고, 의료소비자들에게 정보제공 시 이해하기 쉬운 정보를 제공하기 위해 지속적으로 노력해야 함을 시사한다.

표 14. 정보의 질, 이해도와 정보의 유용성의 상관관계

구분	N	%	유용성과의 상관계수		R ²	수정된 R ²	F	p
			질	이해도				
치료비용	107	67.7	.195*	.415**	.175	.159	11.004	<.001
의료기관 명성	86	54.4	.402**	.482**	.278	.261	15.983	<.001
실제 사례/후기	78	49.4	.280*	.391**	.154	.131	6.803	.002
수술, 치료과정	74	46.8	.374**	.290*	.145	.121	6.037	.004
진료항목	73	46.2	.439**	.521**	.290	.270	14.292	<.001
사전, 사후 관리서비스	69	43.7	.323**	.576**	.349	.330	17.709	<.001
의사의 경력	64	40.5	.483**	.747**	.558	.544	38.551	<.001
진료 의사소통	54	34.2	.513**	.714**	.520	.501	27.591	<.001
의료사고 및 분쟁	25	15.8	.300	-.080	.121	.041	1.517	.241

*p<.05 **p<.01

각 정보의 질, 이해도, 유용성과 정보탐색 정도의 상관관계를 살펴본 결과는 <표 15>와 같다.

‘실제 사례/후기’와 ‘의료사고 및 분쟁’을 제외한 각 정보의 유용성은 정보탐색 정도와 유의한 양의 상관관계를 가지는 것으로 나타났으며, 그 중에서 ‘의료기관 명성’($r=.430$), ‘사전, 사후 관리서비스’($r=.410$), ‘의사의 경력’($r=.405$) 정보의 유용성은 정보탐색 정도와 높은 상관관계를 보였으며, 대부분의 정보가 유용할수록 정보탐색 정도가 더 높은 것을 알 수 있다.

‘의료기관 명성’과 ‘의사의 경력’ 정보의 질, 이해도, 유용성은 모두 해당 정보탐색 정도와 유의한 양의 상관관계를 보였다. ‘의료기관 명성’의 회귀모형은 F값이 $p<.001$ 에서 21.180의 수치를 보였으며, 회귀식에 대한 $R^2=.437$ 로 43.7%의 설명력을 나타냈다. ‘의사의 경력’의 회귀모형은 F값이 $p<.001$ 에서 12.306의 수치를 보였으며, 회귀식에 대한 $R^2=.381$ 로 38.1%의 설명력을 나타냈다.

표 15. 정보의 질, 이해도, 유용성과 정보탐색 정도의 상관관계

구분	N	%	탐색 정도와의 상관계수			R ²	수정된 R ²	F	p
			질	이해도	유용성				
치료비용	107	67.7	-.085	-.076	.358**	.196	.173	8.382	<.001
의료기관 명성	86	54.4	.632**	.349**	.430**	.437	.416	21.180	<.001
실제 사례/후기	78	49.4	.404**	.511**	0.194	.270	.240	9.109	<.001
수술, 치료과정	74	46.8	.293*	.147	.349**	.157	.121	4.347	.007
진료항목	73	46.2	.164	.348**	.322**	.159	.123	4.351	.007
사전, 사후 관리서비스	69	43.7	.202	.336**	.410**	.185	.148	4.929	.004
의사의 경력	64	40.5	.541**	.573**	.405**	.381	.350	12.306	<.001
진료 의사소통	54	34.2	.126	.181	.300*	.092	.038	1.692	.181
의료사고 및 분쟁	25	15.8	-.164	.171	-.072	.079	-.052	.604	.619

*p<.05 **p<.01

의료소비자들이 정보탐색 시 어떠한 정보를 동시에 탐색하였는지 살펴본 결과는 <표 16>과 같다.

‘치료비용’(N=107) 정보를 탐색한 경우, 동시에 ‘의료기관 명성’(59.8%), ‘실제 사례/후기’(57.9%), ‘진료항목’(57.9%), ‘수술, 치료 과정’(55.1%) 등 정보를 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘의료기관 명성’(N=86) 정보를 탐색한 경우, 동시에 ‘치료비용’(74.4%), ‘실제 사례/후기’(60.5%), ‘의사의 경력’(58.1%), ‘수술, 치료 과정’(53.5%), ‘진료항목’(53.5%) 등 정보를 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘실제 사례/후기’(N=78) 정보를 탐색한 경우, 동시에 ‘치료비용’(79.5%), ‘의료기관 명성’(66.7%), ‘진료항목’(57.7%), ‘의사의 경력’(56.4%), ‘수술, 치료 과정’(55.1%) 등 정보를 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘수술, 치료 과정’(N=74) 정보를 탐색한 경우, 동시에 ‘치료비용’(79.7%), ‘의료기관 명성’(62.2%), ‘사전, 사후 관리서비스’(60.8%), ‘실제 사례/후기’(58.1%), ‘의사의 경력’(54.1%) 등 정보를 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘진료항목’(N=73) 정보를 탐색한 경우, 동시에 ‘치료비용’(84.9%), ‘의료기관 명성’(63.0%), ‘실제 사례/후기’(61.6%), ‘의사의 경력’(54.8%) 등 정보를 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘사전, 사후 관리서비스’(N=69) 정보를 탐색한 경우, 동시에 ‘치료비용’(69.6%), ‘수술, 치료 과정’(65.2%), ‘실제 사례/후기’(53.6%), ‘의료기관 명성’(52.2%) 등 정보를 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘의사의 경력’(N=64) 정보를 탐색한 경우, 동시에 ‘치료비용’(79.7%), ‘의료기관 명성’(78.1%), ‘실제 사례/후기’(68.8%), ‘수술, 치료 과정’(62.5%), ‘진료항목’(62.5%) 등 정보를 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘진료 의사소통’(N=54) 정보를 탐색한 경우, 동시에 ‘치료비용’(66.7%), ‘사전, 사후 관리서비스’(50.0%), ‘의사의 경력’(50.0%) 등 정보를 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘의료사고 및 분쟁’(N=25) 정보를 탐색한 경우, 대부분의 정보도 동시에 탐색한 것으로 나타났다.

결론적으로 정보탐색 시 ‘치료비용’, ‘의료기관 명성’, ‘실제 사례/후기’, ‘수술, 치료 과정’, ‘의사의 경력’, ‘진료항목’에 대한 정보를 동시에 많이 탐색하는 것을 알 수 있다. 따라서 이 부분에 대한 유용한 정보를 많이 제공해야 함을 시사한다.

표 16. 정보탐색 현황

구분	N	치료비용	의료기관 명성	실제 사례/후기	수술, 치료 과정	진료항목	사전, 사후 관리서비스	의사의 경력	진료 의사소 통	의료사 고 및 분쟁
치료비용	107	-	64 59.8%	62 57.9%	59 55.1%	62 57.9%	48 44.9%	51 47.7%	36 33.6%	22 20.6%
의료기관 명성	86	64 74.4%	-	52 60.5%	46 53.5%	46 53.5%	36 41.9%	50 58.1%	23 26.7%	17 19.8%
실제 사례/후기	78	62 79.5%	52 66.7%	-	43 55.1%	45 57.7%	37 47.4%	44 56.4%	24 30.8%	21 26.9%
수술, 치료 과정	74	59 79.7%	46 62.2%	43 58.1%	-	36 48.6%	45 60.8%	40 54.1%	25 33.8%	17 23.0%
진료항목	73	62 84.9%	46 63.0%	45 61.6%	36 49.3%	-	26 35.6%	40 54.8%	25 34.2%	15 20.5%
사전, 사후 관리서비스	69	48 69.6%	36 52.2%	37 53.6%	45 65.2%	26 37.7%	-	27 39.1%	27 39.1%	16 23.2%
의사의 경력	64	51 79.7%	50 78.1%	44 68.8%	40 62.5%	40 62.5%	27 42.2%	-	27 42.2%	19 29.7%
진료 의사소통	54	36 66.7%	23 42.6%	24 44.4%	25 46.3%	25 46.3%	27 50.0%	27 50.0%	-	12 22.2%
의료사고 및 분쟁	25	22 88.0%	17 68.0%	21 84.0%	17 68.0%	15 60.0%	16 64.0%	19 76.0%	12 48.0%	-

4. 정보원별 탐색한 정보

의료소비자들이 정보탐색 시 정보원별로 어떤 정보를 탐색하였는지 살펴본 결과는 <표 17>과 같다.

‘가족, 지인, 친구’를(N=93) 통하여 정보를 탐색한 경우, ‘치료비용’(74.2%) 정보를 가장 많이 탐색하였고, ‘진료항목’(60.2%), ‘의료기관 명성’(58.1%), ‘실제 사례/후기’(54.8%), ‘수술, 치료과정’(53.8%) 등 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘의료기관 홈페이지’(N=75)에서 정보를 탐색한 경우, ‘치료비용’(69.3%) 정보를 가장 많이 탐색하였고, ‘실제 사례/후기’(61.3%), ‘의료기관 명성’(60.0%), ‘수술, 치료과정’(57.3%), ‘사전, 사후 관리서비스’(53.3%), ‘진료항목’(52.0%) 등 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘의료관광 포털사이트’(N=54)에서 정보를 탐색한 경우, ‘치료비용’(81.5%) 정보를 가장 많이 탐색하였고, ‘수술, 치료과정’(55.6%), ‘진료항목’(53.7%), ‘의료기관 명성’(53.7%), ‘실제 사례/후기’(53.7%), ‘사전, 사후 관리서비스’(51.9%), ‘의사의 경력’(50.0%) 등 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘관련 스마트폰 앱’(N=50)을 통하여 정보를 탐색한 경우, ‘치료비용’(84.0%) 정보를 가장 많이 탐색하였고, ‘수술, 치료과정’(62.0%), ‘의료기관 명성’(62.0%), ‘실제 사례/후기’(62.0%), ‘진료 의사소통’(58.0%), ‘진료항목’(56.0%), ‘의사의 경력’(56.0%) 등 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘SNS(QQ, Wechat, Weibo 등)’(N=40)를 통하여 정보를 탐색한 경우, ‘치료비용’(82.5%) 정보를 가장 많이 탐색하였고, ‘수술, 치료과정’(75.0%), ‘실제 사례/후기’(75.0%), ‘진료항목’(60.0%), ‘의료기관 명성’(60.0%), ‘사

전, 사후 관리서비스’(57.5%) 등 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘TV, Radio’(N=31)를 통하여 정보를 탐색한 경우, ‘의료기관 명성’(71.0%) 정보를 가장 많이 탐색하였고, ‘치료비용’(58.1%), ‘수술, 치료과정’(51.6%), ‘사전, 사후 관리서비스’(51.6%) 등 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘여행사 및 유치업체’(N=30)를 통하여 정보를 탐색한 경우, ‘실제 사례/후기’(76.7%) 정보를 가장 많이 탐색하였고, ‘의사의 경력’(73.3%), ‘치료비용’(66.7%), ‘의료기관 명성’(66.7%), ‘수술, 치료과정’(53.3%), ‘진료항목’(50.0%) 등 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘신문, 잡지’(N=28)에서 정보를 탐색한 경우, ‘치료비용’(71.4%), ‘의료기관 명성’(71.4%) 정보를 가장 많이 탐색하였고, ‘수술, 치료과정’(60.7%), ‘사전, 사후 관리서비스’(60.7%) 등 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘온라인 광고’(N=22)에서 정보를 탐색한 경우, ‘치료비용’(86.4%)에 대한 정보를 가장 많이 탐색하였고, ‘의료기관 명성’(81.8%) ‘실제 사례/후기’(77.3%), ‘수술, 치료과정’(63.6%), ‘사전, 사후 관리서비스’(63.6%), ‘진료항목’(59.1%), ‘의사의 경력’(59.1%) 등 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘본국 의료진’(N=10)을 통하여 정보를 탐색한 경우, ‘치료비용’(80.0%) 정보를 가장 많이 탐색하였고, ‘사전, 사후 관리서비스’(70.0%), ‘의사의 경력’(60.0%), ‘의료기관 명성’(50.0%) 등 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다.

‘기내지 및 공항광고’(N=9)로부터 정보를 탐색한 경우, ‘사전, 사후 관리서비스’(100.0%), ‘치료비용’(88.9%), ‘수술, 치료과정’(88.9%), ‘의료기관 명성’(88.9%), ‘의사의 경력’(77.8%), ‘실제 사례/후기’(66.7%) 등 정보도

많이 탐색한 것으로 나타났다.

결론적으로 대부분의 정보원으로부터 ‘치료비용’ 정보를 가장 많이 탐색하였고, ‘TV, Radio’를 사용한 경우 ‘의료기관 명성’ 정보를, ‘여행사 및 유치업체’를 사용한 경우 ‘실제 사례/후기’와 ‘의사의 경력’ 정보를, ‘기내지 및 공항광고’를 사용한 경우 ‘사전, 사후 관리서비스’ 정보를 가장 많이 탐색한 것으로 나타났다. ‘신문, 잡지’를 사용한 경우 ‘치료비용’ 정보뿐만 아니라, ‘의료기관 명성’ 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다. 정보원별로 많이 탐색하는 정보를 파악함으로써 정보제공 시 해당 사항을 참고할 수 있다.

표 17. 정보원에 따른 정보의 종류

구분	N	진료항목	치료비용	진료 의사소통	수술, 치료과정	사전, 사후, 관리서비스	의료기관 명성	의사의 경력	실제 사례/후 기	의료사고 및 분쟁
가족, 친구, 지인	93	56 60.2%	69 74.2%	36 38.7%	50 53.8%	40 43.0%	54 58.1%	42 45.2%	51 54.8%	19 20.4%
의료기관 홈페이지	75	39 52.0%	52 69.3%	31 41.3%	43 57.3%	40 53.3%	45 60.0%	36 48.0%	46 61.3%	11 14.7%
의료관광 포털사이트	54	29 53.7%	44 81.5%	25 46.3%	30 55.6%	28 51.9%	29 53.7%	27 50.0%	29 53.7%	4 7.4%
관련 스마트폰 앱	50	28 56.0%	42 84.0%	29 58.0%	31 62.0%	24 48.0%	31 62.0%	28 56.0%	31 62.0%	13 26.0%
SNS	40	24 60.0%	33 82.5%	15 37.5%	30 75.0%	23 57.5%	24 60.0%	18 45.0%	30 75.0%	6 15.0%
TV, Radio	31	13 41.9%	18 58.1%	7 22.6%	16 51.6%	16 51.6%	22 71.0%	14 45.2%	15 48.4%	3 9.7%
여행사 및 유치업체	30	15 50.0%	20 66.7%	9 30.0%	16 53.3%	14 46.7%	20 66.7%	22 73.3%	23 76.7%	4 13.3%
신문, 잡지	28	12 42.9%	20 71.4%	12 42.9%	17 60.7%	17 60.7%	20 71.4%	11 39.3%	13 46.4%	2 7.1%
온라인 광고	22	13 59.1%	19 86.4%	9 40.9%	14 63.6%	14 63.6%	18 81.8%	13 59.1%	17 77.3%	7 31.8%
본국 의료진	10	2 20.0%	8 80.0%	3 30.0%	4 40.0%	7 70.0%	5 50.0%	6 60.0%	4 40.0%	1 10.0%
기내지 및 공항광고	9	4 44.4%	8 88.9%	4 44.4%	8 88.9%	9 100.0%	8 88.9%	7 77.8%	6 66.7%	2 22.2%

5. 정보별 사용한 정보원

의료소비자들이 정보탐색 시 탐색한 정보별로 어떤 정보원을 사용하였는지 살펴본 결과는 <표 18>과 같다.

‘치료비용’(N=107)의 경우, ‘가족, 친구, 지인’(64.5%)으로부터 정보를 얻은 경우가 가장 많았고, ‘의료기관 홈페이지’(48.6%), ‘의료관광 포털사이트’(41.1%) 등 정보원을 많이 사용한 것으로 나타났다.

‘의료기관 명성’(N=86)의 경우, ‘가족, 친구, 지인’(62.8%)으로부터 정보를 얻은 경우가 가장 많았고, ‘의료기관 홈페이지’(52.3%), ‘관련 스마트폰 앱’(36.0%) 등 정보원을 많이 사용한 것으로 나타났다.

‘실제 사례/후기’(N=78)의 경우, ‘가족, 친구, 지인’(65.4%)으로부터 정보를 얻은 경우가 가장 많았고, ‘의료기관 홈페이지’(59.0%), ‘관련 스마트폰 앱’(39.7%) 등 정보원을 많이 사용한 것으로 나타났다.

‘수술, 치료과정’(N=74)의 경우, ‘가족, 친구, 지인’(67.6%)으로부터 정보를 얻은 경우가 가장 많았고, ‘의료기관 홈페이지’(58.1%), ‘의료관광 포털사이트’(41.9%), ‘의료관광 포털사이트’(40.5%)와 ‘SNS(QQ, Wechat, Weibo 등)’(40.5%) 등 정보원을 많이 사용한 것으로 나타났다.

‘진료항목’(N=73)의 경우, ‘가족, 친구, 지인’(76.7%)으로부터 정보를 얻은 경우가 가장 많았고, ‘의료기관 홈페이지’(53.4%), ‘의료관광 포털사이트’(39.7%) 등 정보원을 많이 사용한 것으로 나타났다.

‘사전, 사후 관리서비스’(N=69)의 경우, ‘가족, 친구, 지인’(58.0%), ‘의료기관 홈페이지’(58.0%)를 통하여 탐색한 경우가 가장 많았고, ‘의료관광 포털사이트’(40.6%) 등 정보원도 많이 사용한 것으로 나타났다.

‘의사의 경력’(N=64)의 경우, ‘가족, 친구, 지인’(65.6%)으로부터 정보를 얻은 경우가 가장 많았고, ‘의료기관 홈페이지’(56.3%), ‘관련 스마트폰

앱’(43.8%), ‘의료관광 포털사이트’(42.2%) 등 정보원을 많이 사용한 것으로 나타났다.

‘진료 의사소통’(N=54)의 경우, ‘가족, 친구, 지인’(66.7%)으로부터 정보를 얻은 경우가 가장 많았고, ‘의료기관 홈페이지’(57.4%), ‘관련 스마트폰 앱’(53.7%), ‘의료관광 포털사이트’(46.3%) 등 정보원을 많이 사용한 것으로 나타났다.

‘의료사고 분쟁’(N=25)의 경우, ‘가족, 친구, 지인’(76.0%)으로부터 정보를 얻은 경우가 가장 많았고, ‘관련 스마트폰 앱’(52.0%), ‘의료기관 홈페이지’(44.0%) 등 정보원을 많이 사용한 것으로 나타났다.

결론적으로 의료소비자들은 미용성형 정보탐색 시 대부분 ‘가족, 친구, 지인’, ‘의료기관 홈페이지’, ‘관련 스마트폰 앱’, ‘의료관광 포털사이트’를 많이 사용한 것으로 나타났다. 하지만 이 중에서 ‘의료사고 및 분쟁’ 정보탐색 시 ‘의료관광 포털사이트’의 사용도가 제일 낮았다.

표 18. 정보에 따른 정보원의 종류

구분	N	가족, 친구, 지인	의료관 광 포털사 이트	의료기 관 홈페이 지	관련 스마트 폰 앱	신문, 잡지	여행사 및 유치업 체	TV, Radio	본국 의료진	SNS	기내지 및 공항광 고	온라인 광고
치료비용	107	69 64.5%	44 41.1%	52 48.6%	42 39.3%	20 18.7%	20 18.7%	18 16.8%	8 7.5%	33 30.8%	8 7.5%	19 17.8%
의료기관 명칭	86	54 62.8%	29 33.7%	45 52.3%	31 36.0%	20 23.3%	20 23.3%	22 25.6%	5 5.8%	24 27.9%	8 9.3%	18 20.9%
실제 사례/후기	78	51 65.4%	29 37.2%	46 59.0%	31 39.7%	13 16.7%	23 29.5%	15 19.2%	4 5.1%	30 38.5%	6 7.7%	17 21.8%
수술, 치료 과정	74	50 67.6%	30 40.5%	43 58.1%	31 41.9%	17 23.0%	16 21.6%	16 21.6%	4 5.4%	30 40.5%	8 10.8%	14 18.9%
진료항목	73	56 76.7%	29 39.7%	39 53.4%	28 38.4%	12 16.4%	15 20.5%	13 17.8%	2 2.7%	24 32.9%	4 5.5%	13 17.8%
사전, 사후 관리서비 스	69	40 58.0%	28 40.6%	40 58.0%	24 34.8%	17 24.6%	14 20.3%	16 23.2%	7 10.1%	23 33.3%	9 13.0%	14 20.3%
의사의 경력	64	42 65.6%	27 42.2%	36 56.3%	28 43.8%	11 17.2%	22 34.4%	14 21.9%	6 9.4%	18 28.1%	7 10.9%	13 20.3%
진료 의사소통	54	36 66.7%	25 46.3%	31 57.4%	29 53.7%	12 22.2%	9 16.7%	7 13.0%	3 5.6%	15 27.8%	4 7.4%	9 16.7%
의료사고 및 분쟁	25	19 76.0%	4 16.0%	11 44.0%	13 52.0%	2 8.0%	4 16.0%	3 12.0%	1 4.0%	6 24.0%	2 8.0%	7 28.0%

6. 정보에 따른 정보원의 유용성 및 사용 정도 비교

정보에 따른 정보원의 유용성 및 사용 정도와 전반적인 정보원의 유용성과 사용 정도를 비교 분석한 결과는 <표 19>, <표 20>, <표 21>과 같다.

이 부분에서는 응답자 158명이 탐색한 정보 중 비중이 높은 상위 3개 정보, 즉 ‘치료비용’(N=107, 67.7%)과 ‘의료기관 명성’(N=86, 54.4%), ‘실제 사례/후기’(N=78, 49.4%)에 대하여 비교 분석하였다.

‘치료비용’ 정보탐색 시 사용한 정보원을 살펴보면, 전반적인 정보원의 유용성(3.92) 및 사용 정도(3.61)에 비해 ‘가족, 친구, 지인’을 통하여 정보를 탐색한 경우 해당 정보원의 유용성(4.07)과 사용 정도(3.77)가 더 높은 것으로 나타났다. 이와 같이 ‘의료기관 홈페이지’, ‘관련 스마트폰 앱’, ‘TV, Radio’, ‘SNS(QQ, Wechat, Weibo 등)’, ‘온라인 광고’를 통하여 ‘치료비용’ 정보를 탐색한 경우 해당 정보원의 유용성 및 사용 정도가 전반적인 정보원의 유용성 및 사용 정도에 비해 높은 것으로 나타났다. 이는 의료소비자들이 해당 정보원에서 ‘치료비용’ 정보를 탐색할 때 상대적으로 더 유용하다고 느끼고, 정보원 사용 정도가 더 높은 것을 알 수 있다.

‘여행사 및 유치업체’를 통한 경우 해당 정보원의 전반적인 유용성과 사용 정도에 비해 낮은 것으로 나타났으나, 유용성(4.05) 및 사용 정도(4.10)는 여전히 높은 것으로 나타나, ‘치료비용’ 정보를 제공하는 중요한 정보원임을 알 수 있다.

반면 ‘본국 의료진’, ‘기내지 및 공항광고’를 사용한 경우 전반적인 정보원의 유용성 및 사용 정도에 비해 ‘치료비용’ 탐색 시 사용한 정보원의 유용성 및 사용 정도가 낮은 것으로 나타났다. 이는 해당 정보원을 통한 ‘치료비용’ 정보제공을 개선하거나 ‘치료비용’ 정보제공 시 상대적으로 더

유용한 정보원을 활용해야 함을 시사한다<표 19>.

표 19. ‘치료비용’에 대한 정보원과 전반적인 정보원의 유용성 및 사용
정도 비교

구분	‘치료비용’에 대한 정보원					전반적인 정보원	
	N	유용성		사용 정도		유용성	사용 정도
		Mean	SD	Mean	SD	Mean	Mean
가족, 친구, 지인	69	4.07	.792	3.77	.894	3.92	3.61
의료관광 포털사이트	44	3.52	.821	3.25	1.014	3.50	3.31
의료기관 홈페이지	52	3.92	.737	3.90	.721	3.85	3.73
관련 스마트폰 앱	42	4.17	.537	4.00	.494	4.08	3.98
신문, 잡지	20	3.70	.801	3.20	.894	3.61	3.29
여행사 및 유치업체	20	4.05	.999	4.10	.968	4.07	4.23
TV, Radio	18	3.61	.778	3.67	.907	3.58	3.55
본국 의료진	8	3.63	1.506	3.50	1.309	3.70	3.70
SNS	33	3.91	.631	3.64	.783	3.90	3.63
기내지 및 공항광고	8	3.38	1.061	3.63	.744	3.44	3.67
온라인 광고	19	3.53	.697	3.21	.787	3.45	3.09

‘의료기관 명성’ 정보탐색 시 사용한 정보원을 살펴보면, 전반적인 정보원의 유용성(3.92) 및 사용 정도(3.61)에 비해 ‘가족, 친구, 지인’을 통하여 정보를 탐색한 경우 해당 정보원의 유용성(3.98)과 사용 정도(3.74)가 더 높은 것으로 나타났다. 이와 같이 ‘의료관광 포털사이트’, ‘의료기관 홈페이지’, ‘신문, 잡지’, ‘여행사 및 유치업체’를 통하여 ‘의료기관 명성’을 탐색한 경우 해당 정보원의 유용성 및 사용 정도가 전반적인 정보원의 유용성 및 사용 정도에 비해 높은 것으로 나타났다. 이는 의료소비자들이 해당 정보원에서 ‘의료기관 명성’ 정보를 탐색할 때 상대적으로 더 유용하다고 느끼고, 정보원 사용 정도가 더 높은 것을 알 수 있다.

반면 ‘관련 스마트폰 앱’, ‘TV, Radio’, ‘본국 의료진’, ‘SNS(QQ, Wechat, Weibo 등)’, ‘기내지 및 공항광고’를 사용한 경우 전반적인 정보원의 유용성 및 사용 정도에 비해 ‘의료기관 명성’ 정보탐색 시 사용한 정보원의 유용성 및 사용 정도가 낮은 것으로 나타났다. 이는 해당 정보원을 통한 ‘의료기관 명성’ 정보제공을 개선하거나 ‘의료기관 명성’ 정보 제공 시 상대적으로 더 유용한 정보원을 활용해야 함을 시사한다<표 20>.

표 20. ‘의료기관 명성’에 대한 정보원과 전반적인 정보원의 유용성 및 사용 정도 비교

구분	‘의료기관 명성’에 대한 정보원					전반적인 정보원	
	N	유용성		사용 정도		유용성	사용 정도
		Mean	SD	Mean	SD	Mean	Mean
가족, 친구, 지인	54	3.98	.739	3.74	.955	3.92	3.61
의료관광 포털사이트	29	3.62	.622	3.31	1.004	3.50	3.31
의료기관 홈페이지	45	3.93	.654	3.93	.837	3.85	3.73
관련 스마트폰 앱	31	4.03	.547	3.94	.359	4.08	3.98
신문, 잡지	20	3.55	.945	3.10	.852	3.61	3.29
여행사 및 유치업체	20	4.25	.967	4.50	.946	4.07	4.23
TV, Radio	22	3.50	.859	3.45	.800	3.58	3.55
본국 의료진	5	3.60	1.517	3.60	1.517	3.70	3.70
SNS	24	3.75	.442	3.25	.676	3.90	3.63
기내지 및 공항광고	8	3.38	1.061	3.63	.744	3.44	3.67
온라인 광고	18	3.44	.705	3.22	.808	3.45	3.09

‘실제 사례/후기’ 정보탐색 시 사용한 정보원을 살펴보면, 전반적인 정보원의 유용성(3.92) 및 사용 정도(3.61)에 비해 ‘가족, 친구, 지인’을 통하여 정보를 탐색한 경우 해당 정보원의 유용성(4.04)과 사용 정도(3.82)가 더 높은 것으로 나타났다. 이와 같이 ‘의료관광 포털사이트’, ‘의료기관 홈페이지’, ‘여행사 및 유치업체’, ‘온라인 광고’를 통하여 ‘실제 사례/후기’를 탐색한 경우 해당 정보원의 유용성 및 사용 정도가 전반적인 정보원의 유용성 및 사용 정도에 비해 높은 것으로 나타났다. 이는 의료소비자들이 해당 정보원에서 ‘실제 사례/후기’ 정보를 탐색할 때 상대적으로 더 유용하다고 느끼고 정보원 사용 정도가 더 높은 것을 알 수 있다.

반면 ‘신문, 잡지’, ‘TV, Radio’, ‘본국 의료진’, ‘기내지 및 공항광고’는 전반적인 정보원의 유용성 및 사용 정도에 비해 ‘실제 사례/후기’ 정보탐색 시 사용한 정보원의 유용성 및 사용 정도가 낮은 것으로 나타났다. 이는 해당 정보원을 통한 ‘실제 사례/후기’ 정보제공을 개선하거나 ‘실제 사례/후기’ 정보제공 시 상대적으로 더 유용한 정보원을 활용해야 함을 시사한다<표 21>.

결론적으로 탐색하는 정보의 종류에 따라 정보원의 유용성과 사용 정도에 차이가 있으므로 이런 특성을 고려하여 적절한 정보원을 활용하여 정보를 제공해야 함을 시사한다.

표 21. ‘실제 사례/후기’에 대한 정보원과 전반적인 정보원의 유용성 및 사용 정도 비교

구분	‘실제 사례/후기’에 대한 정보원					전반적인 정보원	
	N	유용성		사용 정도		유용성	사용 정도
		Mean	SD	Mean	SD	Mean	Mean
가족, 친구, 지인	51	4.04	.774	3.82	.888	3.92	3.61
의료관광 포털사이트	29	3.66	.614	3.45	.910	3.50	3.31
의료기관 홈페이지	46	3.98	.577	3.83	.769	3.85	3.73
관련 스마트폰 앱	31	4.10	.597	3.94	.442	4.08	3.98
신문, 잡지	13	3.38	.768	3.08	.862	3.61	3.29
여행사 및 유치업체	23	4.26	.864	4.43	.896	4.07	4.23
TV, Radio	15	3.47	.743	3.33	.724	3.58	3.55
본국 의료진	4	2.25	.500	2.50	1.000	3.70	3.70
SNS	30	3.90	.662	3.77	.774	3.90	3.63
기내지 및 공항광고	6	3.00	.894	3.33	.516	3.44	3.67
온라인 광고	17	3.47	.717	3.24	.831	3.45	3.09

7. 정보원에 따른 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도 비교

각 정보원에 따른 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도와 전반적인 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도를 비교한 결과는 <표 22>, <표 23>, <표 24>와 같다.

이 부분에서 정보원의 종류는 응답자 158명이 사용한 정보원 중 비중이 높은 상위 3가지 정보원, 즉 ‘가족, 친구, 지인’(N=93, 58.9%)과 ‘의료기관 홈페이지’(N=75, 47.5%), ‘의료관광 포털사이트’(N=54, 34.2%)에 대하여 비교 분석하였다.

‘가족, 친구, 지인’을 통하여 탐색한 정보를 살펴보면, 전반적인 정보의 질(3.27), 이해도(3.75), 유용성(3.77) 및 탐색 정도(3.64)에 비해 ‘치료비용’ 정보를 탐색한 경우 해당 정보의 질(3.36), 이해도(3.77), 유용성(3.80)과 탐색 정도(3.68)가 더 높은 것으로 나타났다. 이와 같이 ‘가족, 친구, 지인’을 통하여 ‘사전, 사후 관리서비스’, ‘의료기관 명성’, ‘의사의 경력’ 정보탐색 시 해당 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도가 전반적인 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도에 비해 높은 것으로 나타났다. 이는 의료소비자들이 ‘가족, 친구, 지인’을 통하여 정보탐색 시 상대적으로 정보의 질, 이해도, 유용성을 높게 평가하고 정보탐색 정도가 높음을 알 수 있다.

반면 ‘실제, 사례/후기’의 경우 정보의 질(4.00)을 제외하고는 전반적인 정보의 이해도, 유용성 및 탐색 정도보다 낮은 것으로 나타났다. 이는 ‘가족, 친구, 지인’이 하나의 정보원이자 직·간접 의료소비자라고 보았을 때 그들이 좋은 사례/후기를 전할 수 있도록 질 좋은 서비스를 제공하고

좋은 이미지를 형성할 수 있도록 하는 것이 중요하다<표 22>.

표 22. ‘가족, 친구, 지인’을 통한 정보와 전반적인 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도 비교

구분	‘가족, 친구, 지인’을 통한 정보								전반적인 정보				
	N	질		이해도		유용성		탐색 정도		질	이해도	유용성	탐색 정도
		Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	Mean	Mean	Mean
진료항목	56	3.82	.636	3.79	.847	3.79	.731	3.45	.933	3.85	3.82	3.78	3.45
치료비용	69	3.36	.804	3.77	.770	3.80	.901	3.68	.993	3.27	3.75	3.77	3.64
진료 의사소통	36	3.47	.971	3.67	.676	3.92	.770	3.61	.688	3.48	3.57	3.76	3.52
수술, 치료 과정	50	3.78	.764	3.82	.661	3.92	.752	3.64	1.005	3.81	3.76	3.99	3.59
사전, 사후 관리서비스	40	3.90	.810	3.98	.620	3.93	.730	3.58	.958	3.87	3.83	3.91	3.51
의료기관 명성	54	3.94	.627	3.96	.672	3.94	.656	3.74	1.031	3.88	3.84	3.93	3.66
의사의 경력	42	3.88	.861	4.00	.855	3.79	.750	3.90	1.008	3.88	3.86	3.78	3.81
실제 사례/후기	51	4.00	.632	3.92	.744	3.80	.693	3.86	1.000	3.97	3.94	3.86	3.83
의료사고 및 분쟁	19	3.58	.838	3.16	.765	3.79	.713	3.58	1.121	3.60	3.12	3.68	3.60

‘의료기관 홈페이지’를 통하여 탐색한 정보를 살펴보면, 전반적인 정보의 질(3.85), 이해도(3.82), 유용성(3.78) 및 탐색 정도(3.45)에 비해 ‘진료항목’ 정보를 탐색한 경우 해당 정보의 질(3.87), 이해도(3.90), 유용성(3.82)과 탐색 정도(3.74)가 더 높은 것으로 나타났다. 이와 같이 ‘의료기관 홈페이지’를 통해 ‘수술, 치료과정’, ‘의료기관 명성’, ‘의사의 경력’, ‘실제 사례/후기’ 정보를 탐색한 경우 해당 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도가 전반적인 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도에 비해 높은 것으로 나타났다. 이는 의료소비자들이 ‘의료기관 홈페이지’를 통하여 해당 정보탐색 시 상대적으로 정보의 질, 이해도, 유용성을 높게 평가하고 정보탐색 정도가 높음을 알 수 있다.

반면 ‘치료비용’과 ‘의료사고 및 분쟁’의 경우 정보의 질이 전반적인 정보의 질보다 낮은 것으로 나타났다. 따라서 ‘의료기관 홈페이지’를 통하여 제공하는 ‘치료비용’과 ‘의료사고 및 분쟁’ 정보의 질을 개선해야 함을 알 수 있다<표 23>.

표 23. ‘의료기관 홈페이지’ 정보와 전반적인 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도 비교

구분	‘의료기관 홈페이지’ 정보									전반적인 정보			
	N	질		이해도		유용성		탐색 정도		질	이해도	유용성	탐색 정도
		Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	Mean	Mean	Mean
진료 항목	39	3.87	.570	3.90	.754	3.82	.389	3.74	.637	3.85	3.82	3.78	3.45
치료 비용	52	3.04	1.009	3.79	.848	3.85	.777	3.88	.704	3.27	3.75	3.77	3.64
진료 의사소통	31	3.65	.839	3.61	.715	3.74	.682	3.65	.798	3.48	3.57	3.76	3.52
수술, 치료 과정	43	3.98	.636	3.77	.782	4.12	.662	3.86	.774	3.81	3.76	3.99	3.59
사전, 사후 관리서비스	40	3.90	.672	3.75	.742	4.05	.783	3.63	.807	3.87	3.83	3.91	3.51
의료기관 명성	45	3.96	.638	3.98	.723	4.16	.638	3.98	.866	3.88	3.84	3.93	3.66
의사의 경력	36	3.94	.826	3.97	.654	3.92	.770	4.06	.860	3.88	3.86	3.78	3.81
실제 사례/후기	46	4.17	.643	4.02	.577	3.93	.680	3.96	.868	3.97	3.94	3.86	3.83
의료사고 및 분쟁	11	3.45	.688	3.18	.751	3.73	.467	3.55	.820	3.60	3.12	3.68	3.60

‘의료관광 포털사이트’를 통하여 탐색한 정보를 살펴보면, 전반적인 정보의 질(3.85), 이해도(3.82), 유용성(3.78) 및 탐색 정도(3.45)에 비해 ‘수술, 치료 과정’ 정보를 탐색한 경우 ‘정보의 질(3.87)과 이해도(3.97), 유용성(4.27)과 탐색 정도(3.77)가 모두 높은 것으로 나타났다. 이와 같이 ‘의료관광 포털사이트’를 통하여 ‘의료기관 명성’, ‘의사의 경력’, ‘실제, 사례/후기’ 정보를 탐색한 경우 전반적인 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도에 비해 모두 높은 것으로 나타났다. 따라서 의료관광 소비자들은 ‘의료관광 포털사이트’ 통하여 해당 정보를 적극적으로 탐색하는 것을 알 수 있다.

반면 ‘치료비용’의 경우 해당 정보의 전반적인 이해도보다 높은 것으로 나타났으나, 정보의 질, 유용성, 탐색 정도는 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 따라서 ‘의료관광 포털사이트’를 통한 ‘치료비용’의 정보제공 수준을 강화하거나 다른 정보원을 더 적극적으로 활용해야 함을 의미한다. 또한, ‘의료사고 및 분쟁’ 정보탐색 정도는 전반적인 정보탐색 정도에 비해 많이 낮은 것으로 나타나 ‘의료사고 및 분쟁’ 정보제공 시 ‘의료관광 포털사이트’보다는 다른 정보원을 통하여 제공하는 것으로 고려할 수 있겠다<표 24>.

결론적으로 사용하는 정보원의 종류에 따라 정보의 질, 이해도, 유용성, 탐색 정도에 차이가 있으므로, 이런 특성을 고려하여 적절한 정보원을 활용하여 정보를 제공해야 함을 시사한다.

표 24. ‘의료관광 포털사이트’ 정보와 전반적인 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도 비교

구분	‘의료관광 포털사이트’ 정보								전반적인 정보				
	N	질		이해도		유용성		탐색 정도		질	이해도	유용성	탐색 정도
		Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD	Mean	Mean	Mean	Mean
진료항목	29	3.90	.557	3.97	.731	3.66	.769	3.38	.942	3.85	3.82	3.78	3.45
치료비용	44	3.25	.866	3.82	.756	3.61	.841	3.52	.927	3.27	3.75	3.77	3.64
진료 의사소통	25	3.76	.723	3.64	.569	3.76	.663	3.48	.653	3.48	3.57	3.76	3.52
수술, 치료 과정	30	3.87	.629	3.97	.556	4.27	.521	3.77	.774	3.81	3.76	3.99	3.59
사전, 사후 관리서비스	28	3.82	.670	3.96	.693	4.11	.685	3.79	.833	3.87	3.83	3.91	3.51
의료기관 명성	29	4.14	.581	3.90	.724	4.07	.651	4.00	1.069	3.88	3.84	3.93	3.66
의사의 경력	27	4.37	.629	4.07	.675	3.96	.706	3.93	1.035	3.88	3.86	3.78	3.81
실제 사례/후기	29	4.38	.622	4.21	.620	4.07	.593	4.07	.923	3.97	3.94	3.86	3.83
의료사고 및 분쟁	4	3.50	.577	3.50	.577	4.00	.000	2.50	.577	3.60	3.12	3.68	3.60

8. 정보탐색 과정 중 불편사항 및 개선점

일부 응답자들은 한국 미용성형 의료서비스 정보를 탐색하는 과정에서 불편했던 점 또는 개선이 필요하다고 생각했던 점에 대해 아래와 같이 응답하였다.

- 1) 인터넷 상담 운영시간이 짧아 시간적 제약을 받는다. 조금 늦은 시간에도 자유롭게(예: 저녁 9시까지) 상담이 가능하면 좋겠다.
- 2) 통역서비스 수준 차이가 있다. 언어소통이 다소 불편하다.
- 3) 개인의 의료서비스 비용이 공개되지 않으므로 공평하지 않다고 생각한다. 비용의 편차가 큰 것 같다.
- 4) 실제로 의료서비스를 받아본 환자가 자신의 경험을 소개하는 사례가 많았으면 좋겠다. (예: 수술비용, 소감 등)
- 5) 온라인 광고가 너무 많아 병원을 선택할 때 어렵다.
- 6) 의료서비스 정보가 부족하다. 외국어로 된 자료를 더 많이 제공하면 좋겠다.

9. 의료서비스 관련 불편사항 및 개선점

응답자 중 한국에서 성형외과 의료서비스를 받은 경험이 있는 대상자들은 아래와 같이 의료서비스 이용 시 불편했던 점 또는 개선이 필요하다고 생각했던 점에 대해 아래와 같이 응답하였다.

- 1) 사전예약을 하고 방문하여도 대기시간이 길다.
- 2) 조금 더 친절하면 좋겠다. 외국인으로서 차별을 느낄 때가 있다.
- 3) 꾸준히 고객과 소통하여 수술 후 관리서비스를 강화하면 좋겠다.
- 4) 입원기간을 더 연장하여 1:1 서비스를 더 받고 싶다. 회복기간 동안 머물 수 있는 서비스(예: 조리원)가 있으면 좋겠다. 외국에 왔는데 1~2일 만에 퇴원하면 걱정이 된다.

V. 논의

본 연구는 미용성형 의료서비스를 받기 위해 한국 성형외과를 방문한 중국 의료소비자의 정보탐색 과정을 분석하는 연구로 중국 의료소비자 158명을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

본 연구에서 미용성형 목적으로 한국 성형외과를 방문한 중국 의료소비자들은 ‘가족, 친구, 지인’(58.9%)을 통하여 가장 많이 정보를 탐색하였고, 그 다음으로 ‘의료기관 홈페이지’(47.5%), ‘의료관광 포털사이트’(34.2%), ‘관련 스마트폰 앱’(31.6)을 통하여 정보를 탐색하였다. 그 중 ‘가족, 친구, 지인’과 ‘의료기관 홈페이지’는 각각의 유용성과 사용 정도가 높은 상관관계를 가지는 것으로 나타났다. 대부분 해당 정보원이 유용할수록 많이 사용 정도가 높은 것으로 나타났다.

의료소비자들은 정보원을 사용할 때 보편적으로 ‘가족, 지인, 친구’, ‘의료기관 홈페이지’, ‘의료관광 포털사이트’, ‘관련 스마트폰 앱’을 동시에 사용하였으며, ‘가족, 지인, 친구’를 통하여 정보를 탐색한 경우 다른 정보원을 동시에 사용한 정도가 상대적으로 낮았다.

탐색한 정보 중 ‘치료비용’(67.7%)이 가장 높은 비중을 차지하였고, ‘의료기관 명성’(54.4%), ‘실제 사례/후기’(49.4%), ‘수술, 치료과정’(46.8%), ‘진료항목’(46.2%), ‘사전, 사후 관리서비스’(43.7%), ‘의사의 경력’(40.5%), ‘진료 의사소통’(34.2%) 순으로 나타났다. 대부분 정보의 질이 좋을수록 이해도가 높고, 정보의 이해도가 높을수록 질이 좋다고 평가하였다. 다만, ‘치료비용’은 정보의 질이 이해도보다 상대적으로 낮은 것으로 나타났고, ‘의료사고 및 분쟁’은 정보의 질에 비해 이해도가 상대

적으로 낮은 것으로 나타났다. 따라서 ‘치료비용’은 더 질 좋은 정보를 제공해야 하고, ‘의료사고 및 분쟁’은 더 이해하기 쉬운 정보를 제공해야 한다. 또한, 정보의 질과 이해도가 좋을수록 정보가 유용하다고 생각하고, 의료소비자들에게 정보제공 시 이해하기 쉬운 정보를 제공하기 위해 지속적으로 노력해야 한다.

의료소비자들은 정보탐색 시 ‘치료비용’, ‘의료기관 명성’, ‘실제 사례/후기’, ‘수술, 치료 과정’, ‘의사의 경력’, ‘진료항목’에 대한 정보를 동시에 많이 탐색하였다.

정보원별 탐색한 정보를 살펴본 결과, 의료소비자들은 대부분의 정보원으로부터 ‘치료비용’에 대한 정보를 탐색한 경우가 가장 많았고, ‘TV, Radio’ 사용 시 ‘의료기관 명성’ 정보를, ‘여행사 및 유치업체’ 사용 시 ‘실제 사례/후기’와 ‘의사의 경력’ 정보를, ‘기내지 및 공항광고’ 사용 시 ‘사전, 사후 관리서비스’ 정보를 가장 많이 탐색한 것으로 나타났다. ‘신문, 잡지’를 사용한 경우 ‘치료비용’뿐만 아니라, ‘의료기관 명성’ 정보도 많이 탐색한 것으로 나타났다.

정보별 사용한 정보원을 살펴본 결과, 의료소비자들은 대부분 ‘가족, 친구, 지인’, ‘의료기관 홈페이지’, ‘관련 스마트폰 앱’, ‘의료관광 포털사이트’를 많이 사용한 것으로 나타났지만, 그 중에서 ‘의료사고 및 분쟁’ 정보탐색 시 ‘의료관광 포털사이트’의 사용도가 제일 낮았다.

정보에 따른 정보원의 유용성 및 사용 정도와 전반적인 정보원의 유용성과 사용 정도를 비교 분석하고, 정보원에 따른 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도와 전반적인 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도를 비교 분석함으로써 적절한 정보원을 활용하여 적절한 정보를 제공해야 함을 알 수 있었다.

본 논문에서는 방한 의료소비자들이 미용성형 의료서비스 정보탐색

과정에서 사용한 정보원과 탐색한 정보를 구체적으로 알아보고, 각 정보원의 유용성 및 사용 정도, 그리고 각 정보의 질, 이해도, 유용성 및 탐색 정도에 대해 알아보았다. 정보원에 따른 정보 요구 사항을 알아보았고, 정보에 따른 정보원의 요구 사항을 알아보았다. 이런 점을 고려하여 의료소비자에게 미용성형 정보제공 시 효과적이고 맞춤형 정보를 제공할 수 있는 근거자료를 제시할 수 있을 것으로 사료된다.

VI. 결론 및 제언

본 연구결과를 토대로 다음과 같이 제언을 하고자 한다.

연구 측면:

중국 의료소비자의 특성 및 의료서비스 수요를 다방면으로 파악하여 맞춤형 정보를 제공할 것을 제언한다.

정보제공 측면:

다양한 정보채널 및 정보제공에 있어서 중국 의료소비자의 요구도 우선순위와 정보의 중요도를 파악하여 표준화된 정보와 맞춤형 정보를 제공할 것을 제언한다.

서비스 제공 기관의 역할 측면:

서비스 제공기관은 중국 의료소비자의 정보 요구와 의료서비스 만족도를 높이기 위한 방안을 지속적으로 모색하고 본 연구결과를 토대로 유용하고 질 높은 정보를 제공할 수 있도록 실무적으로 개선할 필요가 있다.

본 연구의 제한점은 다음과 같다.

첫째, 설문조사 대상을 중국인 환자에 국한하여 158명의 표본을 수집하였다. 따라서 중국 이외의 외국인 환자를 대상으로 표본을 수집하면 새로운 결론을 도출할 가능성이 있다.

둘째, 정보탐색 영역을 미용성형에 국한하여 자료를 수집하였다. 다른 질병 영역으로 확장하여 조사하면 다른 결과 도출할 가능성이 있다.

셋째, 본 연구는 Johnson의 정보탐색 모형을 바탕으로 설문문항을 구성하여 표본을 수집하였다. 향후 다른 정보탐색 모형을 기반으로 연구를 진행하여 다른 유의미한 결과를 도출할 가능성이 있다.

이러한 제한점에도 불구하고 본 연구는 미용성형 의료관광 소비자들의 특성과 정보탐색 과정을 이해하고, 정보제공의 개선점을 제시할 수 있을 것으로 기대된다.

참 고 문 헌

- Anker, A. E., Reinhart, A. M., & Feeley, T. H. (2011). Health information seeking: a review of measures and methods. *Patient education and counseling*, 82(3), 346-354.
- DeLorme, D. E., Huh, J., & Reid, L. N. (2011). Source selection in prescription drug information seeking and influencing factors: applying the comprehensive model of information seeking in an American context. *Journal of health communication*, 16(7), 766-787.
- Han, J. Y., Wise, M., Kim, E., Pingree, R., Hawkins, R. P., Pingree, S., ... & Gustafson, D. H. (2010). Factors associated with use of interactive cancer communication system: an application of the comprehensive model of information seeking. *Journal of Computer Mediated Communication*, 15(3), 367-388.
- Hartoonian, N., Ormseth, S. R., Hanson, E. R., Bantum, E. O., & Owen, J. E. (2014). Information-seeking in cancer survivors: application of the Comprehensive Model of Information Seeking to HINTS 2007 data. *Journal of health communication*, 19(11), 1308-1325.
- Johnson, J. D., & Meischke, H. (1993). A comprehensive model of cancer related information seeking applied to magazines. *Human Communication Research*, 19(3), 343-367.
- Johnson, J. D. (1997). Cancer-related information seeking. *Cresskill*,

NJ: Hampton Press

- Johnson, J. D., Andrews, J. E. & Allard, S. (2001). A Model for Understanding and Affecting Genetics Information Seeking. *Library and Information Science Research* 23(4): 335-349.
- 강재정, & 오상훈. (2008). 의료관광목적지 선택요인의 인구통계학적 차이분석에 관한 탐색적 연구. *관광·레저연구*, 20(4), 139-158.
- 강재정, & 서용건. (2011). 의료관광객의 위험지각이 의료관광목적지 선택의도에 미치는 영향. *지역사회연구*, 19(4), 115-134.
- 고선희, & 박은숙. (2012). IPA를 이용한 의료관광선택속성 연구. *한국콘텐츠학회논문지*, 12(4), 438-447.
- 김갑선. (2005). 정보추구행태 모형의 연구 경향. *정보관리학회지*, 22(4), 235-254.
- 김동진, & 김현정. (2015). 미국 잠재 의료관광객의 지각된 위험을 통한 시장세분화에 따른 위험 감소 전략과 의료관광국 선택속성의 중요도 차이에 관한 연구. *관광연구*, 30(2), 41-60.
- 김홍길. (2015). 중국 일본인이 선호한 해외의료관광국가 선택 영향요인에 대한 비교 연구. *관광·레저연구*, 27(1), 311-328.
- 박호표. (2012). 국내 의료관광 목적지 선택속성과 만족 및 행동의도에 관한 실증적 연구. *대한경영학회지*, 25(1), 131-146.
- 서상윤, 이장우, & 이훈영. (2015). 해외의료관광의 인지된 위험과 편익이 목적지 국가선택에 미치는 영향. *관광연구*, 30, 147-163.
- 손은하, & 이수범. (2016). 지각된 위험과 한류문화 관여도가 한국 의료관광서비스 구매의도에 미치는 영향. *한국광고홍보학보*, 18(1), 76-111.
- 이은지, 현성협. (2015). 의료관광도시에 대한 잠재외국인 의료관광객의

- 정서적 도시이미지, 도시명품지수, 의료관광위험지각, 방문의도간의 관계연구. 호텔경영학연구, 24(2), 1-17.
- 이혜진, 이정우, & 홍상진. (2009). 안과 의료기관 선택요인 및 정보탐색 행태에 관한 연구. 보건의료산업학회지, 3(1), 43-54.
- 정태영, 정기택, & 김용민. (2013). 척추질환자의 의료기관 정보탐색행태와 탐색성과. 보건행정학회지, 23(3), 266-280.
- 진기남, & 이은주. (2015). 국가별 의료관광 정부 공식 웹사이트 비교 분석. 한국콘텐츠학회논문지, 15(2), 408-418.
- 한진태, 엄기현, 김진남, & 김상만. (2013). 의료관광에서 지각된 위험과 이용의도와의 관계. 대한경영학회지, 26, 1-20.
- 적반반, & 홍경완. (2015). 방한 중국인들의 의료관광동기가 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향. 관광연구, 30(3), 351-366.
- Zhang, J., & Lee, H. (2015). A Study of Factors Influencing Chinese Customer Intention to Select an International Medical Tourism Destination. 대한경영학회지, 28(6), 1703-1723.
- 강홍립. (2016). 한국에 대한 인식이 중국 의료관광에 미치는 영향에 관한 연구: 위험보도와 한류를 중심으로. 강원대학교 석사학위논문.
- 박태연. (2015). 소비자건강정보의 이용행태에 관한 연구. 중앙대학교 박사학위논문.
- 이효지. (2013). 의료관광의 위험지각과 위험감소, 참여의도와의 관계연구: 중국 잠재고객 중심으로. 영남대학교 석사학위논문.
- 채윤하. (2013). 소비자의 온라인 미용의료정보 탐색 및 평가 연구. 서울대학교 석사학위논문.
- 최연희, (2011). 외국인환자 유치등록 의료기관의 웹사이트 정보현황에 관한 연구. 연세대학교 석사 학위논문.

홍영주. (2016). 중동환자들의 서비스만족도와 재방문 의사결정 정보에 관한 연구. 서울대학교 석사학위논문.

대한상공회의소. (2013). 의료서비스산업 발전을 위한 정책과제 연구.

보건복지부. (2015). 외국인 환자 100만 명 달성 및 14년도 유치실적 발표.

한국보건산업진흥원. (2013). 외국인 환자 만족도 조사 보고서.

한국보건산업진흥원. (2015). 국내 의료관광 연관산업 동향 및 전망.

한국관광공사. (2008). 의료관광마케팅조사 보고서.

한국관광공사. (2012). 한국 의료 및 관광서비스 만족도 조사.

문화체육관광부&한국관광공사. (2013). 한국의료관광총람_전략편.

한국보건산업진흥원. (2016) 2016년 외국인 환자 유치실적 조사결과.

한국보건산업진흥원 외국인 환자유치정보시스템. (2015).

<http://medicalkorea.khidi.or.kr>

위키백과.

[부록 1] 서울대학교 생명윤리위원회(IRB) 심의결과 통보서

심의결과 통보서

수신

책임연구자	이름: 이경순	소속: 간호대학	직위: 석사과정
지원기관	해당없음		

과제정보

승인번호	IRB No. 1703/003-003		
연구과제명	방한 중국 의료소비자의 한국 의료서비스 정보탐색과정 및 영향요인 분석: 미용성형 의료 관광 소비자를 중심으로		
연구종류	학위 논문 연구, 설문조사		
심의종류	신속심의		
심의일자	2017-03-22		
심의대상	연구계획서(재심의), 연구참여자용 동의서 또는 동의서 면제 사유서, 연구참여자에게 제공 되는 서류, 재심의 답변서		
심의결과	승인		
승인일자	2017-03-22	승인유효기간	2018-03-21
정기보고주기	12개월		
심의의견	1. 심의결과 제출하신 연구계획에 대해 승인합니다. 2. 연구자께서는 승인된 문서를 사용하여 연구를 진행하시기 바라며, 만일 연구진행 과정에서 계획상에 변경사항 (연구자 변경, 연구내용 변경 등)이 발생할 경우 본 위원회에 변경 신청을 하여 승인 받은 후 연구를 진행하여 주십시오. 3. 유효기간 내 연구가 끝났을 경우 <u>종료 보고서</u> 를 제출하여야 하며, 승인유효기간 이후에도 연구를 계속하고자 할 경우, <u>2018-02-19</u> 까지 <u>지속심의</u> 를 받도록 하여 주십시오.		

2017년 03월 22일

서울대학교 생명윤리위원회 위원장



연구참여자용 설명서 및 동의서

연구과제명: 방한 중국 의료소비자의 한국 의료서비스 정보탐색 과정
및 영향요인 분석: 미용성형 의료관광 소비자를 중심으로

연구책임자명: 이경순(서울대학교 대학원 간호학과)

이 연구는 방한 중국 의료소비자들의 정보탐색 과정을 파악하고 정보탐색 과정에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위한 연구입니다. 귀하 는 한국에서 의료서비스를 받은 중국 의료소비자이기 때문에 이 연구에 참여 하 도록 권유를 받았습니다

이 연구를 수행하 는 서울대학교 소속의 이경순 연구원 귀하 에게 이 연구에 대해 설명해 줄 것입니다. 이 연구는 자발적으로 참여 의사를 밝히신 분에 한하 여 수행될 것이며, 귀하 는 참여의사를 결정하 기 전에 본 연구가 왜 수행되는지, 그리고연구의 내용이 무엇과 관련이 있는지 이해하 는 것이 중요합니다. 다음내용을 신중히 읽어보신 후 참여 의사를 밝혀 주시기 바라며, 필요하다면 가족과 친구들과 의논해보십시오. 불편한 질문에는 답하 지 않으셔도되며, 원하 시면 참여 도중에도 자의로 설문을 중단하 실 수 있습니다. 만일 어떠한 질문이 있다면 담당 연구원이 자세하 게 설명해줄 것입니다.

1. 이 연구는 왜 실시합니까?

이 연구의 목적은 한국에서 의료서비스를 받은 중국 의료소비자들의 의료서비스 정보탐색 과정을 파악하여, 한국의료서비스를 보다 정확 하고 편안하게 이용할 수 있도록 도움을 주기 위함입니다.

2. 얼마나 많은 사람이 참여합니까?

한국에서 의료서비스를 받은 중국 의료소비자 약 180명이 참여할 것입니다.

3. 만일 연구에 참여하면 어떤 과정이 진행되니까?

만일 귀하께서 참여의사를 밝혀주시면 다음과 같은 과정이 진행될 것입니다. 모든 과정은 대상자가 머무는 장소(성형외과 의원 외래)에서 1회 설문조사를 하게 될 것입니다.

4. 연구 참여기간은 얼마나 됩니까?

1회 약 15분 소요될 것입니다.

5. 참여 도중 그만두어도 됩니까?

예, 귀하는 언제든지 어떠한 불이익 없이 참여 도중에 그만 둘 수 있습니다. 만일 귀하가 연구에 참여하는 것을 그만두고 싶다면 담당 연구원이나 연구 책임자에게 즉시 말씀해 주십시오.

6. 부작용이나 위험요소는 없습니까?

본 연구는 단순 설문조사연구이지만, 성형 경험 및 성형의 위험성 인식에 대한 질문이 포함되어 있어서, 응답 시 다소 불편감을 느낄 수 있습니다.

7. 이 연구에 참여시 참여자에게 이득이 있습니까?

귀하가 이 연구에 참여하는데 있어서 직접적인 이득은 없습니다. 그러나 귀하가 제공하는 정보는 한국의료서비스 개선에 도움이 될 것입니다.

8. 만일 이 연구에 참여하지 않는다면 불이익이 있습니까?

귀하는 본 연구에 참여하지 않을 자유가 있습니다. 또한, 귀하가 본 연구에 참여하지 않아도 귀하에게는 어떠한 불이익도 없습니다.

9. 연구에서 얻은 모든 개인 정보의 비밀은 보장됩니까?개인정보관리책임자는 서울대학교의 이경순 연구원(010-7359-8349)입니다. 저희는 이 연구를 통해 얻은 모든 개인 정보의 비밀 보장을 위해 최선을 다할 것입니다. 자료를 안전하게 보관하기 위해, 작성된 설문지와 자료분석 관련 문서는 책임연구자의 연구실 내의 잠금장치가 설치되어 있는 서류함에 보관할 것이며, PC 내 전자문서는 암호를 설정하여 관리할 것입니다. 이 연구에서 얻어진 개인 정보가 학회지나 학회에 공개 될 때 귀하 의 이름과 다른 개인 정보는 사용되지않을 것입니다. 그러나 만일 법이 요구하면 귀하 의 개인정보는 제공될 수도 있습니다. 또한 모니터 요원, 점검 요원, 생명윤리심의위원회는 연구참여자의 개인 정보에 대한 비밀 보장을 침해하지 않고 관련규정이 정하는 범위 안에서 본 연구의 실시 절차와 자료의 신뢰성을 검증하기 위해 연구 결과를 직접 열람할 수 있습니다. 귀하 가 본 동의서에 서명하는 것은, 이러한 사항에 대해 여 사전에 알고 있었으며이를 허용한다는 동의로 간주될 것입니다.

10. 이 연구에 참여하면 대가가 지급됩니까?

귀하 가 연구에 참여하 실 경우 감사의 뜻으로 2000원 이내의 기념품 (예: 미니삼푸세트/칫 솔세트)이 증정될 것입니다.

11. 연구에 대한 문의는 어떻게 해야 됩니까?

만일 어느 때라도 연구참여자로서 귀하의 권리에 대한 질문이 있다면 다음의 서울대학교 생명윤리심의위원회에 연락하십시오. (02-880-5153)

동 의 서

1. 나는 이 설명서를 읽었으며 담당 연구원과 이에 대하여 의논하였습니다.
2. 나는 위험과 이득에 관하여 들었으며 나의 질문에 만족할 만한 답변을 얻었습니다.
3. 나는 이 연구에 참여하는 것에 대하여 자발적으로 동의합니다.
4. 나는 이 연구에서 얻어진 나에 대한 정보를 현행 법률과 생명윤리심의위원회 규정이 허용하는 범위 내에서 연구자가 수집하고 처리하는데 동의합니다.
5. 나는 담당 연구자나 위임 받은 대리인이 연구를 진행하거나 결과 관리를 하는 경우와 보건 당국, 학교 당국 및 서울대학교 생명윤리심의위원회가 실태 조사를 하는 경우에는 비밀로 유지되는 나의 개인 신상 정보를 직접적으로 열람하는 것에 동의합니다.
6. 나는 언제라도 이 연구의 참여를 철회할 수 있고 이러한 결정이 나에게 어떠한 해도 되지 않을 것이라는 것을 압니다.
7. 나의 서명은 이 동의서의 사본을 받았다는 것을 뜻하며 연구 참여가 끝날 때까지 사본을 보관하겠습니다.

연구참여자 성명

서 명

날짜 (년/월/일)

동의서 받은 연구원 성명

서 명

날짜 (년/월/일)

연구책임자 성명

서 명

날짜 (년/월/일)

만일 있을 경우

법정 대리인 성명(참여자과 관계)

서 명

날짜 (년/월/일)

입회인 성명

서 명

날짜 (년/월/일)

研究说明书与同意书

研究题目： 访韩中国医疗消费者的韩国医疗服务信息探索过程及其影响因素分析：以美容整形医疗旅游消费者为对象

研究负责人： 李京顺（首尔大学大学院护理系）

本研究是一项了解并分析来访韩国的中国医疗消费者获得相关信息的过程及其影响因素的研究。您作为在韩国接受医疗服务的中国医疗消费者，被邀请参加这项研究。负责此研究的首尔大学李京顺研究员将给您说明这项研究。这项研究仅对自愿参与者进行，您参与此研究之前需要了解本研究的目的及研究内容。请仔细阅读以下内容后表示您是否参加此研究，必要时您可以与家人和朋友商量。如果有不方便回答的问题，您可以不回答，或者终止填写问卷。如果有疑问，研究员会给您详细说明。

1. 为什么做这项研究？

这项研究的目的是通过了解中国医疗消费者为接受韩国医疗服务获得相关信息的过程，有助于提供更准确、方便的韩国医疗服务。

2. 有多少人参与？

约180名来韩国接受医疗服务的中国人。

3. 以什么方式进行？

如果您同意参与这项研究，会在本整形外科门诊做一次问卷调查。

4. 需要多长时间？

1次，约15分钟。

5. 可以中间终止参与吗？

是的，您可以随时撤回同意并终止参与。如果您中间不想参与，请告知研究员或研究负责人。

6. 有什么副作用或危险因素？

这项研究是简单的调查问卷，但问卷中包括您的整形经验、整形危险意识的提问，回答问卷时您可能有一些不便之处。

7. 有什么益处？

您所提供的信息将会用于改善韩国医疗服务。

8. 如果不参与这个研究，有什么不利？

您可以不参与这项研究，这是您的自由。即使您不参与，也无任何不利。

9. 个人信息会保密吗？

个人信息管理负责人是首尔大学李京顺研究员（010-7359-8349）。我们将竭尽全力保护从本研究中获得个人信息。在学术大会或刊物公开研究结果时，不会使用您的姓名和其他个人信息。为了安全保管所有资料，回收的问卷和资料分析有关文件将在负责人的研究室内带锁的文件柜内保管，有关电子文件将加密管理。但如果有法律要求，有可能提供您的个人信息。为了验证研究进行过程和数据的可靠性，监控人员、检测人员及生命伦理审核委员会在严守秘密和相关规定指定的范围内可以直接阅览研究结果。您在此同意书签名，意味着您在事先了解以上内容的前提下表示同意。

10. 参与这项研究有什么补偿？

为报答您付出宝贵的时间，将会为您提供小礼物（约2000韩币，例如迷你洗漱用品）。

11. 如果有疑问该怎么办？

对本研究有什么疑问或参与研究过程中出现问题，请与以下研究员联系。

姓名：李京顺 联系电话：

同意书

1. 我已阅读此说明书并与研究员商量。
2. 我已获知参与此研究时的危险因素和益处并得到合理的答复。
3. 我自愿同意参加这项研究。
4. 我同意研究员在有关法律和生命伦理审核委员会的规定允许的范围内收集并处理我的信息。
5. 我同意研究员或授权委托人进行此研究并管理结果时直接阅览我的个人信息；同意卫生行政部门、学校相关部门及首尔大学生命伦理审核委员会对此研究进行审查时直接阅览我的个人信息。
6. 我知道我可以随时撤回同意，而且这个决定对我没有任何不利。
7. 我签署同意书后将会收到同意书副本，我会保管此副本至研究参与结束为止。

研究参与者姓名

签 名

日期(年/月/日)

进行面谈的研究员姓名

签 名

日期(年/月/日)

研究负责人姓名

签 名

日期(年/月/日)

如有以下情况，请填写以下事项。

法定代理人姓名（与本人的关系）

签 名

日期(年/月/日)

见证人姓名

签 名

日期(年/月/日)

[부록 3] 설문지(국문, 중국어)

설문지

※ 해당되는 문항 답지에 ✓표로 체크해주십시오.

■ 일반 사항

1. 성별 ① 남자 ② 여자
2. 나이 만()세
3. 교육수준
① 중학교 이하 ② 고등학교 졸업 ③ 대학교 졸업
④ 대학원 이상
4. 혼인상태 ① 미혼 ② 기혼 ③ 기타
5. 직업
① 사무직 ② 서비스직 ③ 생산직 ④ 학생 ⑤ 주부
⑥ 자영업 ⑦ 무직 ⑧ 기타
6. 월 가계 평균 소득 (단위: 위안)
① 5000 이하 ② 5000~10000 ③ 10000~20000
④ 20000~30000 ⑤ 30000 이상
7. 지금까지 한국을 방문한 횟수
① 1회 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회 이상
8. 한국에 대한 주관적인 국가이미지는 어떠합니까?
① 매우 나쁘다 ② 나쁘다 ③ 보통이다 ④ 좋다 ⑤ 매우 좋다
9. 한국 외에 다른 해외 국가 방문 횟수
① 1회 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회 이상 ⑥ 없다
10. 이번 한국 방문 목적 (해당하는 곳에 모두 체크해주십시오.)
① 상담 ()
② 피부 미용 ()
③ 성형 수술 ()
④ 기타 (구체적 기입: _____)

■ 과거 경험

1. 과거에 한국에서 미용성형 관련 의료서비스를 받아본 적이 있습니까?
① 그렇다 (☞1-1부터 이동) ② 아니다 (☞2부터 이동)

1-1. 지금까지 한국에서 미용성형 관련 의료서비스를 받은 횟수
① 1회 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회 이상

1-2. 지금까지 한국에서 이용했던 미용성형 관련 의료서비스에 대해 만족합니까?
① 매우 그렇지 않다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다
2. 과거에 한국을 제외한 해외에서 미용성형을 포함하여 기타 의료서비스를 받아본 적이 있습니까?
① 그렇다 ② 아니다
3. 평소 미용성형정보에 대한 관심 정도는 어떻게 됩니까?
① 거의 없다 ② 적은 편이다 ③ 보통이다 ④ 많다 ⑤ 매우 많다
4. 가족, 친구, 지인들 중에 미용성형 관련 의료서비스를 받은 사람이 있습니까?
① 거의 없다 ② 적은 편이다 ③ 보통이다 ④ 많다
⑤ 매우 많다
5. 가족, 친구, 지인들은 미용성형에 대하여 어떻게 생각합니다?
① 매우 부정적이다 ② 부정적이다 ③ 잘 모르겠다
④ 긍정적이다 ⑤ 매우 긍정적이다

■ 신념

1. 나는 나의 외모에 대해 만족한다.
① 매우 그렇지 않다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다
2. 미용성형을 통해 나의 자신감은 높아질 것이다.
① 매우 그렇지 않다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다

3. 미용성형을 통해 나의 삶의 만족도는 높아질 것이다.
 ① 매우 그렇지 않다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
 ⑤ 매우 그렇다
4. 나는 미용성형 관련 의료서비스 정보를 어디서 어떻게 찾아야 할지 잘 알고 있다.
 ① 매우 그렇지 않다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
 ⑤ 매우 그렇다

■ 지각된 위험

구체적인 사항			매우 그렇 지 않 다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
기능	1	의료진의 전문성이 미흡할 가능성	①	②	③	④	⑤
	2	의료장비 수준이 미흡할 가능성	①	②	③	④	⑤
	3	의료서비스의 품질 및 효과에 대한 염려	①	②	③	④	⑤
신체	1	사후관리에 대한 염려	①	②	③	④	⑤
	2	세균이나 바이러스에 감염될 가능성이 존재	①	②	③	④	⑤
	3	교통수단의 불편 염려	①	②	③	④	⑤
경제	1	관광 체류비용의 과다 염려	①	②	③	④	⑤
	2	의료비용의 과다 염려	①	②	③	④	⑤
	3	추가 비용 발생 염려	①	②	③	④	⑤
사회/ 심리	1	언어소통에 대한 불안	①	②	③	④	⑤
	2	사고 발생 시 고충처리의 위협	①	②	③	④	⑤
	3	외국이라는 이유로 차별을 받을 가능성	①	②	③	④	⑤

▣ 정보의 특성

1. 귀하는 어떤 경로를 통하여 미용성형정보를 탐색하였습니까? 해당하는 곳에 모두 체크해주시요.

- ① 가족, 친구, 지인 ()
- ② 의료관광 포털사이트 ()
- ③ 의료기관 홈페이지 ()
- ④ 관련 스마트폰 어플리케이션 ()
- ⑤ 신문, 잡지 ()
- ⑥ 여행사 및 유치업체 ()
- ⑦ TV, Radio ()
- ⑧ 본국 의료진 ()
- ⑨ QQ, Wechat, Weibo 등 SNS ()
- ⑩ 기내지 및 공항광고 ()
- ⑪ 온라인 광고 ()
- ⑫ 기타 (구체적 기입: _____)

2. 귀하는 어떤 주제의 미용성형정보를 탐색하였습니까? 해당하는 곳에 모두 체크해주시요.

- ① 진료항목 ()
- ② 치료비용 ()
- ③ 진료 의사소통 ()
- ④ 수술, 치료 과정 ()
- ⑤ 사전, 사후 관리 서비스 ()
- ⑥ 의료기관 명성 ()
- ⑦ 의사의 경력 ()
- ⑧ 실제 사례/후기 ()
- ⑨ 의료사고 및 분쟁 ()
- ⑩ 기타 (구체적 기입: _____)

3. 아래의 미용성형정보의 질에 대해 어떻게 생각하십니까?

구체적인 사항		매우 나쁘다	나쁘다	잘 모르겠다	좋다	매우 좋다
1	진료항목	①	②	③	④	⑤
2	치료비용	①	②	③	④	⑤
3	진료 의사소통	①	②	③	④	⑤
4	수술, 치료 과정	①	②	③	④	⑤
5	사전, 사후 관리서비스	①	②	③	④	⑤
6	의료기관 명성	①	②	③	④	⑤
7	의사의 경력	①	②	③	④	⑤
8	실제 사례/후기	①	②	③	④	⑤
9	의료사고 및 분쟁	①	②	③	④	⑤
10	기타()	①	②	③	④	⑤

4. 아래의 미용성형정보를 어느 정도 이해하십니까?

구체적인 사항		매우 이해하기 어렵다	이해하기 어렵다	잘 모르겠다	이해하기 쉽다	매우 이해하기 쉽다
1	진료항목	①	②	③	④	⑤
2	치료비용	①	②	③	④	⑤
3	진료 의사소통	①	②	③	④	⑤
4	수술, 치료 과정	①	②	③	④	⑤
5	사전, 사후 관리서비스	①	②	③	④	⑤
6	의료기관 명성	①	②	③	④	⑤
7	의사의 경력	①	②	③	④	⑤
8	실제 사례/후기	①	②	③	④	⑤
9	의료사고 및 분쟁	①	②	③	④	⑤
10	기타()	①	②	③	④	⑤

지각된 정보의 유용성

1. 미용성형 정보탐색 시 아래 정보원에 대하여 유용하다고 생각하는 정도를 답해주십시오.

	구체적인 사항	매우 유용하 지 않 다	유용하 지 않 다	잘 모 르겠다	유용하 다	매우 유용하 다
1	가족, 친구, 지인	①	②	③	④	⑤
2	의료관광 포털사이트	①	②	③	④	⑤
3	의료기관 홈페이지	①	②	③	④	⑤
4	관련 스마트폰 어플리케이션	①	②	③	④	⑤
5	신문, 잡지	①	②	③	④	⑤
6	여행사 및 유치업체	①	②	③	④	⑤
7	TV, Radio	①	②	③	④	⑤
8	본국 의료진	①	②	③	④	⑤
9	QQ, Wechat, Weibo 등 SNS	①	②	③	④	⑤
10	기내지 및 공항광고	①	②	③	④	⑤
11	온라인 광고	①	②	③	④	⑤
12	기타()	①	②	③	④	⑤

2. 아래 미용성형정보에 대하여 유용하다고 생각하는 정도를 답해주십시오.

	구체적인 사항	매우 유용하 지 않 다	유용하 지 않 다	잘 모 르겠다	유용하 다	매우 유용하 다
1	진료항목	①	②	③	④	⑤
2	치료비용	①	②	③	④	⑤
3	진료 의사소통	①	②	③	④	⑤
4	수술, 치료 과정	①	②	③	④	⑤
5	사전, 사후 관리서비스	①	②	③	④	⑤
6	의료기관 명성	①	②	③	④	⑤
7	의사의 경력	①	②	③	④	⑤
8	실제 사례/후기	①	②	③	④	⑤
9	의료사고 및 분쟁	①	②	③	④	⑤
10	기타()	①	②	③	④	⑤

정보탐색 행위(Action)

1. 미용성형 관련 의료서비스 정보를 탐색하는 과정에서 아래 정보원을 얼마나 사용하였습니까?

구체적인 사항		없다	적다	보통이다	많다	아주 많다
1	가족, 친구, 지인	①	②	③	④	⑤
2	의료관광 포털사이트	①	②	③	④	⑤
3	의료기관 홈페이지	①	②	③	④	⑤
4	관련 스마트폰 어플리케이션	①	②	③	④	⑤
5	신문, 잡지	①	②	③	④	⑤
6	여행사 및 유치업체	①	②	③	④	⑤
7	TV, Radio	①	②	③	④	⑤
8	본국 의료진	①	②	③	④	⑤
9	QQ, Wechat, Weibo 등 SNS	①	②	③	④	⑤
10	기내지 및 공항광고	①	②	③	④	⑤
11	온라인 광고	①	②	③	④	⑤
12	기타	①	②	③	④	⑤

2. 아래 미용성형 관련 의료서비스 정보를 얼마나 탐색하였습니까?

구체적인 사항		없다	적다	보통이다	많다	아주 많다
1	진료항목	①	②	③	④	⑤
2	치료비용	①	②	③	④	⑤
3	진료 의사소통	①	②	③	④	⑤
4	수술, 치료 과정	①	②	③	④	⑤
5	사전, 사후 관리서비스	①	②	③	④	⑤
6	의료기관 명성	①	②	③	④	⑤
7	의사의 경력	①	②	③	④	⑤
8	실제 사례/후기	①	②	③	④	⑤
9	의료사고 및 분쟁	①	②	③	④	⑤
10	기타()	①	②	③	④	⑤

3. 사진 미용성형 관련 의료서비스 정보탐색이 한국 의료서비스 이용 결정에 어떤 영향을 미쳤습니까?

- ① 매우 부정적이다 ② 부정적이다 ③ 보통이다 ④ 긍정적이다
⑤ 매우 긍정적이다

■ 기타

귀하가 한국 미용성형 의료서비스 정보를 탐색하는 과정에서 불편했던 점이나 개선이 필요하다고 생각했던 부분은 무엇입니까? 자유롭게 적어 주십시오.

불편했던 점:

개선해야 할 점:

问卷

※ 请在相符合的选项划‘✓’。

■ 一般事项

1. 性别 ① 男 ② 女
2. 年龄 () 周岁
3. 学历
 ① 中学以下 ② 高中毕业 ③ 大学毕业 ④ 硕士以上
4. 婚姻状况 ① 未婚 ② 已婚 ③ 其他
5. 职业
 ① 公司职员 ② 服务业 ③ 工人 ④ 学生 ⑤ 家庭主妇
 ⑥ 个体经营 ⑦ 无职业 ⑧ 其他
6. 家庭月平均收入 (人民币)
 ① 5000 以下 ② 5000~10000 ③ 10000~20000
 ④ 20000~30000 ⑤ 30000 以上
7. 目前为止有几次来访韩国?
 ① 1次 ② 2次 ③ 3次 ④ 4次 ⑤ 5次以上
8. 对韩国的整体印象如何?
 ① 非常不好 ② 不好 ③ 一般 ④ 好 ⑤ 非常好
9. 除了韩国,去过几次国外?
 ① 1次 ② 2次 ③ 3次 ④ 4次 ⑤ 5次以上 ⑥ 没有
10. 这次来访韩国的目的 (可以重复选答)
 ① 咨询 ()
 ② 皮肤美容 ()
 ③ 整形手术 ()
 ④ 其他 (请具体填写: _____)

■ 经验

1. 过去在韩国接受过美容整形医疗服务吗？

- ① 是 (☞ 请从1-1题开始回答) ② 不是 (☞ 请从2题开始回答)

1-1. 包括这次，在韩国接受过几次美容整形医疗服务？

- ① 1次 ② 2次 ③ 3次 ④ 4次 ⑤ 5次以上

1-2. 对韩国美容整形医疗服务满意吗？

- ① 非常不满意 ② 不满意 ③ 一般 ④ 满意 ⑤ 非常满意

2. 除了韩国，过去在国外接受过医疗服务吗？（包括各种疾病治疗）

- ① 是 ② 不是

3. 平时对美容整形方面的信息感兴趣吗？

- ① 几乎没有 ② 比较少 ③ 一般 ④ 比较多 ⑤ 非常多

4. 家人、朋友、熟人当中有接受过美容整形医疗服务的人吗？

- ① 几乎没有 ② 比较少 ③ 一般 ④ 比较多 ⑤ 非常多

5. 家人、朋友、熟人对美容整形的印象如何？

- ① 非常不好 ② 比较不好 ③ 不清楚 ④ 比较好 ⑤ 非常好

■ 信念

1. 我对我的外貌满足。

- ① 非常不是 ② 不是 ③ 一般 ④ 是 ⑤ 非常是

2. 美容整形后我的自信会提高。

- ① 非常不是 ② 不是 ③ 一般 ④ 是 ⑤ 非常是

3. 美容整形后我对生活的满足度会提高。

- ① 非常不是 ② 不是 ③ 一般 ④ 是 ⑤ 非常是

4. 我很清楚在哪里怎样探索美容整形医疗服务方面的信息。

- ① 非常不是 ② 不是 ③ 一般 ④ 是 ⑤ 非常是

■ 风险度认知

具体事项			非常不是	不是	一般	是	非常是
技能	1	医疗人员有可能缺乏技术	①	②	③	④	⑤
	2	医疗装备有可能不够水准	①	②	③	④	⑤
	3	担心医疗服务品质或效果	①	②	③	④	⑤
身体	1	担心术后管理程序	①	②	③	④	⑤
	2	有可能被细菌或病毒感染	①	②	③	④	⑤
	3	担心交通不方便	①	②	③	④	⑤
经济	1	担心旅游费用过多	①	②	③	④	⑤
	2	担心医疗费用过多	①	②	③	④	⑤
	3	担心超支	①	②	③	④	⑤
社会/心里	1	担心沟通不方便	①	②	③	④	⑤
	2	担心出意外事故及其处理方法	①	②	③	④	⑤
	3	担心在国外被受歧视	①	②	③	④	⑤

■ 信息特征

1. 您如何探索韩国美容整形医疗服务信息？可以重复选答。

- ① 家人、朋友、熟人 ()
- ② 医疗旅游网站 ()
- ③ 医院网站 ()
- ④ 手机应用程序 ()
- ⑤ 报纸、杂志 ()
- ⑥ 旅行社或中介公司 ()
- ⑦ 电视、广播 ()
- ⑧ 中国医生 ()
- ⑨ 腾讯QQ，微信，微博等 ()
- ⑩ 机上杂志或机场广告 ()
- ⑪ 网络广告 ()
- ⑫ 其他 (请具体填写：_____)

2. 您探索过哪些美容整形方面的信息？可以重复选答。

- ① 诊疗项目 ()
 ② 治疗费用 ()
 ③ 诊疗沟通 ()
 ④ 手术、治疗过程 ()
 ⑤ 术前、术后管理服务 ()
 ⑥ 医院名气 ()
 ⑦ 医生经历 ()
 ⑧ 实际案例/口碑 ()
 ⑨ 医疗事故或纠纷 ()
 ⑩ 其他 (请具体填写：_____)

3. 您对以下美容整形信息品质如何评价？

具体事项		非常不好	不好	不清楚	好	非常好
1	诊疗项目	①	②	③	④	⑤
2	诊疗费用	①	②	③	④	⑤
3	诊疗沟通	①	②	③	④	⑤
4	手术、治疗过程	①	②	③	④	⑤
5	术前、术后管理服务	①	②	③	④	⑤
6	医院名气	①	②	③	④	⑤
7	医生经历	①	②	③	④	⑤
8	实际案例/口碑	①	②	③	④	⑤
9	医疗事故或纠纷	①	②	③	④	⑤
10	其他 ()	①	②	③	④	⑤

4. 您对以下美容整形信息的理解度如何评价？

具体事项		非常不容易理解	比较不容易理解	不清楚	容易理解	非常容易理解
1	诊疗项目	①	②	③	④	⑤
2	诊疗费用	①	②	③	④	⑤
3	诊疗沟通	①	②	③	④	⑤
4	手术、治疗过程	①	②	③	④	⑤
5	术前、术后管理服务	①	②	③	④	⑤
6	医院名气	①	②	③	④	⑤
7	医生经历	①	②	③	④	⑤
8	实际案例/口碑	①	②	③	④	⑤
9	医疗事故或纠纷	①	②	③	④	⑤
10	其他 ()	①	②	③	④	⑤

■ 信息的有用性

1. 您认为以下美容整形信息源对您有用吗？

	具体事项	非常 没用	没用	不清楚	有用	非常 有用
1	家人、朋友、熟人	①	②	③	④	⑤
2	医疗旅游网站	①	②	③	④	⑤
3	医院网站	①	②	③	④	⑤
4	手机应用程序	①	②	③	④	⑤
5	报纸、杂志	①	②	③	④	⑤
6	旅行社或中介公司	①	②	③	④	⑤
7	电视、广播	①	②	③	④	⑤
8	中国医生	①	②	③	④	⑤
9	腾讯QQ，微信，微博等	①	②	③	④	⑤
10	机上杂志或机场广告	①	②	③	④	⑤
11	网络广告	①	②	③	④	⑤
12	其他（ ）	①	②	③	④	⑤

2. 您认为以下美容整形信息对您有用吗？

	具体事项	非常 没用	没用	不清楚	有用	非常 有用
1	诊疗项目	①	②	③	④	⑤
2	诊疗费用	①	②	③	④	⑤
3	诊疗沟通	①	②	③	④	⑤
4	手术、治疗过程	①	②	③	④	⑤
5	术前、术后管理服务	①	②	③	④	⑤
6	医院名气	①	②	③	④	⑤
7	医生经历	①	②	③	④	⑤
8	实际案例/口碑	①	②	③	④	⑤
9	医疗事故或纠纷	①	②	③	④	⑤
10	其他（ ）	①	②	③	④	⑤

■ 探索信息行为

1. 您使用过多少以下美容整形信息源？

具体事项		没有	少	一般	多	很多
1	家人、朋友、熟人	①	②	③	④	⑤
2	医疗旅游网站	①	②	③	④	⑤
3	医院网站	①	②	③	④	⑤
4	手机应用程序	①	②	③	④	⑤
5	报纸、杂志	①	②	③	④	⑤
6	旅行社或中介公司	①	②	③	④	⑤
7	电视、广播	①	②	③	④	⑤
8	中国医生	①	②	③	④	⑤
9	腾讯QQ，微信，微博等	①	②	③	④	⑤
10	机上杂志或机场广告	①	②	③	④	⑤
11	网络广告	①	②	③	④	⑤
12	其他（ ）	①	②	③	④	⑤

2. 您搜索过多少以下美容整形方面的信息？

具体事项		没有	少	一般	多	很多
1	诊疗项目	①	②	③	④	⑤
2	诊疗费用	①	②	③	④	⑤
3	诊疗沟通	①	②	③	④	⑤
4	手术、治疗过程	①	②	③	④	⑤
5	术前、术后管理服务	①	②	③	④	⑤
6	医院名气	①	②	③	④	⑤
7	医生经历	①	②	③	④	⑤
8	实际案例/口碑	①	②	③	④	⑤
9	医疗事故或纠纷	①	②	③	④	⑤
10	其他（ ）	①	②	③	④	⑤

3. 事前获得的美容整形医疗服务信息，对您选择韩国医疗服务有何影响？

① 没有影响 ② 影响较少 ③ 一般 ④ 良好 ⑤ 非常好

■ 其他

在获得韩国美容整形医疗服务信息的过程中，您认为有哪些不方便之处或需要改善之处？请随意回答。

不方便之处：

需要改善之处：

Abstract

Medical Service Information Seeking of Chinese Who Visit Korea

– Medical Tourists for Cosmetic Surgery –

Jingshun Li
Department of Nursing
The Graduate School
Seoul National University

As the Korean Wave and the image of Korean medical care, the demand and consumption of medical services of foreign patients are continuously increasing, and the number of Chinese patients visiting Korean plastic surgery clinics are increasing sharply. This study was conducted to investigate the information seeking process of Chinese medical consumers who visit Korea to receive cosmetic medical services.

In this study, a modified and supplemented questionnaire based on Johnson's 'A comprehensive model of information seeking' and literature review was used. The data was collected from 158 Chinese medical consumers who visit three plastic surgery clinics located in

Seoul during March 23, 2017 ~ May 19, 2017, and analyzed via SPSS.

Among the 11 information sources used by Chinese medical consumers, 'family, friends, and acquaintances' were most used, followed by 'medical institution websites', 'medical tourism portal sites', 'related smartphone apps', 'SNS' etc. and an average of 2.8 sources were used per person. 7 information sources showed a significant positive correlation between utility and degree of use.

Among the 9 information that Chinese medical consumers searched, 'treatment cost' was the most searched, followed by 'reputation of medical institution', 'actual cases/reviews', 'surgery and treatment process', 'treatment items', 'pre and post management services', 'doctor's career', 'medical communication' etc. and 3.99 information per person was searched. The quality and understanding of 8 information showed a significant positive correlation respectively, the quality and understanding of 7 information showed a significant positive correlation with utility respectively and 7 information showed a significant positive correlation between utility and degree of seeking.

According to searched information categorized by information sources, all information sources were used for information on 'treatment cost' and 'reputation of medical institution', then 'TV, Radio' for 'reputation of medical institution', 'travel agencies & attracting companies' for 'actual cases/reviews' and 'doctor's career', 'flight & airport advertising' for 'pre and post management services'. In the case of 'newspapers and magazines', not only 'treatment cost' but also 'reputation of medical institution' was searched much.

According to used information sources by searched information, most frequently used information sources were 'family, friends and acquaintances', 'medical institution websites', 'related smartphone

apps', and 'medical tourism portal sites'. However, the use of 'medical tourism portal sites' of the above 4 sources was the lowest for 'medical accidents and disputes'.

In the case of 'treatment cost', 'reputation of medical institution' and 'actual cases/ reviews', which have a high rate of searches, the utility and degree of use was compared to the use of overall information sources. Some information sources pointed to higher scores than overall information sources. It means that it is more effective to use such information sources in providing those information.

From 'family, friends, acquaintances', 'medical institution websites' and 'medical tourism portal sites', which have a high usage rate, the quality, understanding, utility and degree of seeking was compared to overall information seeking. Some information showed a higher score than overall information. It means that it is more effective to provide such information through those information sources.

The above findings can be referenced as a guide to provide helpful information sources and better information to Chinese medical consumers.

Keywords : Information, Information Sources, Information Seeking,
Cosmetic Surgery, Medical Tourism

Student Number : 2009-23859